ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ ТУРИЗМУ НА ШЛЯХУ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Збірник матеріалів
міжнародної науково-практичної конференції

Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Географічний факультет
Кафедра географії та менеджменту туризму
Чернівецький відділ Українського географічного товариства
Чернівецька обласна рада

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ ТУРИЗМУ НА ШЛЯХУ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Збірник матеріалів
міжнародної науково-практичної конференції

Чернівці
16 травня 2023 р.

УДК 379.85+911.3

Редакційна колегія

Роман Петришин – ректор Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, доктор математичних наук, професор (голова); ***Мирослав Заячук*** – декан географічного факультету, доктор географічних наук (заступник голови); ***Олександр Король*** – завідувач кафедри географії та менеджменту туризму, доктор географічних наук (заступник голови); ***Жанна Бучко*** – доцент кафедри географії та менеджменту туризму, доктор географічних наук (відповідальний секретар); ***Яна Поп'юк*** – заступниця декана географічного факультету з наукової роботи, міжнародної та інформаційної політики, кандидат географічних наук; ***Петро Брижак*** – начальник відділу супроводу реформ та аудиту місцевих програм виконавчого апарату Чернівецької обласної ради; ***Клавдія Кілінська*** – професор кафедри географії та менеджменту туризму, доктор географічних наук.

Сучасні виклики та трансформації туризму на шляху євроінтеграції: Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 20-річчю утворення кафедри географії та менеджменту туризму Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, 16 травня 2023 року: електронний варіант. – Чернівці: ЧНУ, 2023, 104 с.

До збірника увійшли матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні виклики та трансформації туризму на шляху євроінтеграції», що відбулася 16 травня 2023 р. на базі кафедри географії та менеджменту туризму Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Наукові праці презентують шість тематичних напрямів – міжнародний туризм; рекреаційно-туристичне природокористування; спеціалізовані види туризму; регіональні аспекти організації туризму; освіта в галузі туризму; перспективи розвитку туризму й рекреації в повоєнний період.

Для науковців та здобувачів освіти туристичних, географічних, економічних спеціальностей та всіх, хто зацікавлений у розвитку туристичної галузі.

Матеріали друкуються в авторській редакції.
Відповідальність за науковий рівень публікацій, обґрунтованість висновків, достовірність результатів, наявність плагіату несуть автори.

© Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2023

Зміст

Олександр КОРОЛЬ, Жанна БУЧКО
ІСТОРІЯ КАФЕДРИ ГЕОГРАФІЇ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИЗМУ ТА СТАНОВЛЕННЯ СПЕЦІАЛЬНОСТІ ТУРИЗМ 7

Ольга ЛЮБІЦЕВА
ОСВІТНЄ І НАУКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ 11

Анна ЧАПЛІНСЬКА, Павел ЧАПЛІНСЬКІ
ВИЗНАЧЕННЯ РЕСУРСІВ, ПОТЕНЦІАЛУ ТА КАПІТАЛУ ЕТНІЧНОГО РЕГІОНУ ЯК ОСНОВИ ДЛЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ТУРИЗМУ 14

Дар'я ГУРОВА, Валентина ЗАЙЦЕВА
ТЕНДЕНЦІЇ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ У 2023 РОЦІ 18

Юрій ЗІНЬКО, Марта МАЛЬСЬКА, Володимир БІЛАНЮК, Юрій АНДРЕЙЧУК, Оксана ШЕВЧУК
ПРОЕКТ ШЛЯХУ «ПЕРША УГОРСЬКО-ГАЛИЦЬКА ЗАЛІЗНИЦЯ» В СИСТЕМІ ТРАНСКОРДОННОЇ ТУРИСТИЧНОЇ МЕРЕЖІ 21

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ

Наталія АНІПКО, Марія ДЖУРА
ЕКСКУРСІЙНІ ТУРИ В ЄВРОПУ: ПРОПОЗИЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ОПЕРАТОРІВ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ В ПЕРІОД ВІЙНИ 24

Світлана ГРЕСЬ-ЄВРЕІНОВА, Ірина КРАВЧЕНКО
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ 27

Ігор СМИРНОВ, Ольга ЛЮБІЦЕВА
ТУРИЗМ У СТИЛІ «РЕГІ» 29

Наталія АНІПКО, Тетяна БОЙЧУК
ПРОПОЗИЦІЇ ТУРОПЕРАТОРІВ ПО ЕКЗОТИЧНИХ КРАЇНАХ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ У 2023 РОЦІ 34

Ігор СМИРНОВ, Ольга ЛЮБІЦЕВА
БІБЛІЙНА ГЕОГРАФІЯ ТА ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ 37

Дар'я МАМОТЕНКО
ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ КРАЇН СВІТУ 43

Оксана СМИК, Лєна ПАТРА
СУЧАСНИЙ СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НЕЗВИЧАЙНИХ ГОТЕЛІВ ЄВРОПИ 46

Оксана ЗАЯЧУК, Анастасія ТАЛАВЕРА
ДІЯЛЬНІСТЬ ЛОУКОСТ-АВІАКОМПАНІЙ НА РИНКУ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ЄВРОПИ 49

РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНЕ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

Клавдія КІЛІНСЬКА
РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНЕ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ 53

В'ячеслав ЯВКІН, Антон МЕЛЬНИК, Ксенія СЛОБОДЯН
ГЕОРИЗИКИ РЕКРЕАЦІЙНОГО ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ В КАРПАТАХ 56

Ігор КУЗИК, Олег СКОЦЕЛЯС
ОЦІНКА РЕКРЕАЦІЙНОЇ ЄМНОСТІ БЛАКИТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ МІСТ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ 58

Оксана КРУПА, Юлія БОРУЦЬКА
УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИКОРИСТАННЯМ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ 61

Віталій ІВАНУНІК, Ірина ЛЕГУНЯК
ВПЛИВ ЗМІНИ КЛІМАТУ НА МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ 64

СПЕЦІАЛІЗОВАНІ ВИДИ ТУРИЗМУ

Оксана СМИК, Олександра ГЕОРГІЙЧУК
ОСОБЛИВОСТІ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ 66

Сергій КОЛОДІЙ, Антоніна ЗАРУБІНА
ДО ПИТАННЯ ВИВЧЕННЯ ІСТОРІЇ РОЗВИТКУ СПОРТИВНОГО ОРІЄНТУВАННЯ 69

РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИЗМУ

Клавдія КІЛІНСЬКА, Оксана СМИК
СУЧАСНІ ВИКЛИКИ РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМУ В КАРПАТО-ПОДІЛЬСЬКОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ 71

Вікторія ПАЦЮК, Надія ГУСАРЧЕНКО
РОЛЬ ЛОКАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ (НА ПРИКЛАДІ ТУРИСТИЧНОГО ЦЕНТРУ «КРИВБАСТУР») 74

Олександр КОРОЛЬ
РЕЗИДЕНЦІЯ МИТРОПОЛИТІВ БУКОВИНИ І ДАЛМАЦІЇ: ВИКОРИСТАННЯ В ТУРИЗМІ ТА ПРОБЛЕМИ ПРОСУВАННЯ 77

Ольга ДЕМЧУК, Ірина ЄРКО
АНАЛІЗ КІЛЬКІСНИХ ПОКАЗНИКІВ ТА ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА КОЛЕКТИВНИХ ЗАСОБІВ РОЗМІЩУВАННЯ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ 79

Олександр ТРИКІША
ОЦІНКА ПРИРОДНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ У ФОРМУВАННІ ПЕРСПЕКТИВИ ТУРИСТИЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЇ 82

ОСВІТА В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Валерій РУДЕНКО
РОЛЬ БУКОВИНСЬКОГО ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО ЦЕНТРУ РОЗВИТКУ ІСТОРИКО-ЕТНОГРАФІЧНОГО ТУРИЗМУ В ЧНУ ІМ.Ю.ФЕДЬКОВИЧА У ПІДГОТОВЦІ МЕНЕДЖЕРІВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ 85

Тетяна БОЖУК
КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА І СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В ТУРИЗМІ 88

Антоніна ЗАРУБІНА, Юлія СІЛЬЧЕНКО
ГЕОГРАФІЧНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ В ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ТУРИЗМ» 90

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ Й РЕКРЕАЦІЇ В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

Вікторія КІПТЕНКО
ПРАГМАТИЧНІ КРОКИ ВПРОВАДЖЕННЯ КРИТЕРІЇВ ТА ІНДИКАТОРІВ СТАЛОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ 92

Інна НЕСТЕРЧУК, Марія ПАНФЕЛЮК
ГЕОГРАФІЯ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ: СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ 95

Галина КРУЛЬ, Матвій КАЛІНІН
ЗАСТОСУВАННЯ ЗАСТАРІЛИХ АКТИВІВ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ 98

Галина КРУЛЬ, Тетяна БАБІЙ
ЕКО-ТРЕНДИ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ 101

Король О. Д., Бучко Ж. І.
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,
м. Чернівці, Україна

ІСТОРІЯ КАФЕДРИ ГЕОГРАФІЇ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИЗМУ ТА СТАНОВЛЕННЯ СПЕЦІАЛЬНОСТІ ТУРИЗМ

Кафедра географії та менеджменту туризму в Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича створена 10 лютого 2003 року. Водночас кафедра має глибоке коріння, оскільки передумови для її відкриття з'явились ще у 1969 році. Тоді вихід у світ двох публікацій професора Крачила Миколи Павловича (1936–2002 рр.) про курортно-туристське господарство Чернівецької області та Подністер'я започаткував туристичний науковий напрям на географічному факультеті. З часом розроблені ним туристичні дисципліни почали викладатися студентам-географам, чим була розпочата освітня діяльність в галузі туризму. Зусиллями Крачила М. П. туризм на географічному факультеті перетворився на потужний науково-освітній напрям. В галузі туризму проводяться наукові дослідження, пишуться дисертації. У 1999 р. його учнем Королем Олександром Дмитровичем була захищена кандидатська дисертація на тему «Регіональний менеджмент в туризмі».

Наступним кроком у створенні кафедри було відкриття у 1996 р. на кафедрі економічної географії та екологічного менеджменту зусиллями її завідувача професора Руденка Валерія Петровича нової спеціальності «Менеджмент природоохоронної діяльності», яка з 1998–1999 навчального року трансформувалась у однойменну спеціалізацію спеціальності «Менеджмент організацій». У 2001 році у межах цієї спеціальності була відкрита ще одна спеціалізація «Менеджмент туристичної індустрії».

Успішний протягом двох років набір студентів доводить життєздатність цієї спеціалізації. За цей час на факультеті нагромаджується досвід у підготовці менеджерів туристичної індустрії: розробляються та читаються туристичні дисципліни; пишуться та видаються конспекти лекцій, навчальні посібники та підручники; проводяться навчальні практики. Цей досвід показує, що підвищення якості підготовки фахівців з туризму потребує виведення освітньої та наукової діяльності в галузі туризму на новий організаційний рівень. На порядок денний ставиться питання про створення профілюючої кафедри. Підтримка колективу географічного факультету та активна позиція декана професора Руденка В.П. у цьому питанні привводять до появи на світ наказу № 14 ректора ЧНУ від

14.02.2003 р., згідно з яким у структурі географічного факультету створюється кафедра географії та менеджменту туризму зі статусом випускової.

Першим завідувачем кафедри стає доктор економічних наук Жук Микола Васильович. На цій посаді він працював до грудня 2004 року. За новоствореною кафедрою закріплюється спеціалізація «Менеджмент туристичної індустрії» спеціальності «Менеджмент організацій». У 2004 році кафедра отримує ліцензію на підготовку фахівців за спеціальністю «Туризм». У 2005 році в межах спеціальності «Туризм» запроваджується спеціалізація «Міжнародний туризм».

На початку 2005 року Жук М.В. переходить на викладацьку роботу до Києва, а завідувачем кафедри стає доц. Явкін В'ячеслав Григорович. В цей період на кафедрі відбулося становлення спеціальності «Туризм». За 10 років, коли кафедру очолював Явкін В. Г., здійснювалися інтенсивні наукові пошуки в галузі туризму, зокрема були опубліковані 2 колективні монографії, у т. ч. спільно з польськими науковцями: «Проблеми географії та менеджменту туризму» та «Географічні аспекти розвитку туризму (на прикладі України і Польщі)» [1, 3]. За цей період реалізовано міжнародні проєкти: «Оцінка ресурсного та естетичного потенціалів розвитку екологічного туризму в Карпатському регіоні»; «Оцінка та картографічне моделювання природно-рекреаційного потенціалу регіонів України та Словаччини»; «INFOBUKOVINA – розвиток туристської промисловості в транскордонному контексті»; «ROUA of Bucovina (ROUA BUCOVINEI)»; «Історична та етнографічна спадщина – частина сталого розвитку туризму на Буковині» [2]. Під керівництвом Явкіна В.Г. захищено 5 кандидатських дисертацій.

Зростання контингенту студентів дозволило у 2006 році відкрити другу випускову кафедру за цією спеціальністю – соціальної географії та рекреаційного природокористування. Згодом на ній була ліцензована спеціальність «Туризм» (Туризмознавство) за ОКР «Магістр». Першою завідувачкою кафедри соціальної географії та рекреаційного природокористування стає докторка географічних наук, професорка Клавдія Йосифівна Кілінська. За 14 років її завідування на кафедрі відбулося становлення магістерського освітнього напрямку «Туризмознавство». Під її керівництвом було захищено 5 кандидатських дисертацій, зокрема 3 на туристичну тематику. З вересня 2020 року і до реорганізації кафедри соціальної географії та рекреаційного природокористування її завідувачкою була доцент Жанна Іванівна Бучко, яка роком раніше захистила докторську дисертацію на тему «Транскордонні рекреаційно-туристичні комплекси України: методологія дослідження та пріоритети розвитку».

З січня 2015 року новим завідувачем кафедри географії та менеджменту туризму стає учень Крачила М. П. – кандидат географічних наук, доцент Король Олександр Дмитрович. Він замінив на цій посаді

Явкіна В. Г. У 2019 р. на спеціальності «Туризм» запроваджується нова бакалаврська освітня програма «Готельно-ресторанний сервіс та туроперейтинг». У листопаді 2020 року Король О.Д. захистив докторську дисертацію на тему «Міжнародні туристичні потоки: суспільно-географічні аспекти формування та геопросторовий розподіл».

У вересні 2022 року внаслідок реорганізації до кафедри географії та менеджменту туризму приєдналась друга випускова кафедра за спеціальністю «Туризм» – кафедра соціальної географії та рекреаційного природокористування. З 2023 року замість освітньої програми «Туризмознавство» відкривається нова магістерська програма «Міжнародний туризм і туроперейтинг».

Сьогодні на кафедрі працює 12 викладачів – усі з науковими ступенями, у т. ч. 3 доктори наук: Король О. Д., Кілінська К. Й., Бучко Ж. І. З-поміж дев'яти кандидатів наук половина захистилися за спеціальністю «економічна та соціальна географія», двоє захистили дисертації на туристично-рекреаційну тематику (Іванунік В. О., Скутар Т. Д.). Троє викладачів кафедри мають базову економічну освіту за спеціальністю «Менеджмент організацій» (Брик С. Д., Іванунік В. О., Скутар Т. Д.), а один – за спеціальністю «Туризм» (Андрусяк Н. С.). Троє викладачів володіють англійською мовою на рівні B2 (Андрусяк Н. С., Брик С. Д., Скутар Т. Д.). Двоє викладачів є співвласницями туристичного бізнесу (Андрусяк Н. С., Аніпко Н. П.).

Значний навчально-методичний доробок за двадцятирічну історію, потужний кадровий склад і науковий потенціал втілилися у квітні 2022 р. в успішну акредитацію бакалаврської освітньої програми «Міжнародний туризм», що стало найкращим подарунком кафедрі географії та менеджменту туризму до її «ювілею».

На кафедрі географії та менеджменту туризму сформувалися та впроваджуються такі наукові напрямки:

- міжнародний та транскордонний туризм (Король О. Д., Бучко Ж. І., Скутар Т. Д.);
- рекреаційно-туристичне природокористування (Кілінська К. Й., Андрусяк Н. С., Аніпко Н. П., Смик О. С., Явкін В. Г.);
- еколого-прогнозна оцінка природно-господарської різноманітності (Кілінська К. Й., Скутар Т. Д.);
- прогнозування процесів розвитку готельної складової в інфраструктурі туризму (Заячук О. Г., Круль Г. Я., Смик О. С.);
- оцінка діяльності закладів ресторанного господарства (Заячук О. Г., Круль Г. Я., Смик О. С.);
- комплексна оцінка туристсько-рекреаційних ресурсів регіону (Король О. Д., Брик С. Д., Бучко Ж. І., Іванунік В. О., Явкін В. Г.);
- екологічні аспекти якості компонентів рекреаційних ресурсів (Явкін В. Г., Брик С. Д., Круль Г. Я.);

- оцінка історико-етнокультурних ресурсів (Брик С. Д., Бучко Ж. І., Король О. Д.);

- діяльність туристичних агентств та туроператорів в організації екскурсійного та рекреаційного обслуговування (Андрусяк Н. С., Аніпко Н. П.).

За 20 років існування кафедра географії та менеджменту туризму підготувала достойну плеяду випускників, з якими підтримує та продовжує тісну співпрацю в галузі підготовки висококваліфікованих фахівців з організації туристичної діяльності в регіоні, Україні та міжнародному контексті. Численні набори на освітні програми підтверджують високий рівень довіри абітурієнтів до надання освітніх послуг саме за цими освітніми програмами. Завдяки спільним зусиллям, довірі, співпраці кафедра і в майбутньому зберігатиме та примножуватиме свої традиції, усвідомлюватиме новітні вимоги європейського освітнього та наукового простору, орієнтуватиметься на потреби здобувачів вищої освіти та продовжуватиме відповідати сучасним стандартам вищої освіти України.

ЛІТЕРАТУРА

1. Географічні аспекти розвитку туризму (на прикладі України та Польщі). – Чернівці: Чернівецький національний університет, 2010. – 344 с.

2. Кафедра географії та менеджменту туризму. URL: http://www.geotour.chnu.edu.ua/index.php?page=ua&_gl=1*6u46q7*_ga*MTg5ODUwNTQzOC4xNjY2OTAwNzcx*_ga_Q6273NZQ6Z*MTY5OTc0MDM4Ni4yMDYuMS4xNjk5NzQwMzk2LjAuMC4w

3. Проблеми географії та менеджменту туризму. – Чернівці: Рута, 2006. – 260 с.

Любіцева О. О.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
м. Київ, Україна

ОСВІТНЄ І НАУКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Розвиток туризму на теренах України, мабуть, як і в Європі, почав розвиватися з розвитком капіталізму, і став помітним суспільним явищем саме на усталеному етапі капіталізму, позначеному формуванням середнього класу з відповідним стилем життя, до якого входило змістовне проведення дозвілля, зокрема й у подорожах. Тобто з другої половини XIX ст. ми можемо говорити про початки туризму серед певних верст населення на теренах нинішньої території України. Цей етап завершився з Першою світовою війною і подальшими подіями громадянської війни. На цьому етапі туризм, серед іншого, виконував потужно просвітницьку функцію і певною мірою навіть дослідницьку (наприклад, І. Франко влітку подорожував зі студентами Карпатами, збираючи як етнографічний, так і природничий матеріал, який потім оброблявся, а результати оприлюднювались в журналах або у публічних лекціях), а серед наук, які забезпечували такі дослідження, особливо цінувалась географія, яка надавала комплексні знання про локальну територію, про закономірності розвитку природи у коеволюції із суспільним розвитком. Такий аматорський саморозвиток туризму не потребував фахово підготовлених кадрів, хоча в часи Першої світової війни й зросла потреба в екскурсоводах, яких готували на різноманітних курсах, зокрема, такі курси були організовані професорами Київського університету Св. Володимира для молодшого медичного персоналу і вчителів молодших класів гімназій. Але значної кількості фахівців туризм не потребував, тому освітній процес мав спорадичний характер локальних ініціатив. На наступному, міжвоєнному етапі розвитку туризму, він став інструментом ідеологічної політики держави, яка прагнула загартувати молодь фізично у походах та прищепити комуністичні ідеали через екскурсійну роботу. Тут також помітною є роль географічних знань про рекреаційно-туристичні ресурси, але вже значну роль починають відігравати соціогуманітарні науки, які формували ідеологічне наповнення туристичної діяльності. Водночас через міжнародний туризм СРСР почав формувати позитивний імідж, що потребувало в тому числі й розвитку туристичних послуг. Тому була започаткована підготовка фахівців для готельного господарства (нині – Харківський університет міського господарства ім. Бєкетова).

У часи після Другої світової війни (з другої половини 1950-х до 1990-х років) туризм переживає етап бурхливого зростання. Розвивається внутрішній туризм у поєднанні активних його форм з просвітництвом, розширюється участь у міжнародному туризмі. У цей час до туризму, діяльність якого економічно датується державою з ідеологічних міркувань, що робить його доступним, долучаються більш широкі верстви населення і він входить до стилю життя значної частини населення, яке звикає відпочивати і подорожувати за відносно невеликі кошти. Відповідно, цей етап потребує розвитку туристичної інфраструктури: засобів розміщення, харчування, дозвілля, відповідного транспорту для забезпечення подорожування. В процесі цього розвитку починають формуватися туристичні центри – місцевості, населені пункти, які спеціалізуються на наданні рекреаційно-туристичних послуг. Для забезпечення даного етапу розвитку туризму потрібні були знання з економіки, містобудування і територіального планування, починають формуватися організаційно-управлінські основи (майбутній менеджмент), є запит на екологічні знання. В свою чергу курортне господарство формує запит на спеціальні медичні знання про лікувальні властивості бальнеологічних, ландшафтних тощо ресурсів, які оформились у курортологію. Фактично з 1970 р. за запитом сформованого республіканського бюро подорожей і екскурсій розпочинається підготовка кадрів з вищою освітою для забезпечення туризму: методистів-організаторів подорожей і екскурсій (фактично менеджерів, які розробляли і реалізовували тури) почали готувати Симферопольський і Київський державні університети, Київський торговельно-економічний університет розпочав підготовку ресторатрів, а Київський технікум готельного господарства – фахівців для готельної галузі. На цьому етапі активно розбудовуються туристичні центри за проєктами науково-дослідних і проєктних інститутів, в т. ч. спеціалізованих, таких як «Курортпроєкт», що потребує знань, які надавались на базі географії, економіки, містобудування і архітектури. В цей час формується рекреаційна географія, захищаються перші кандидатські дисертації (наприклад, наприкінці 1980-х років роботи О. Бейдика, О. Ігнатенка), виходять перші підручники («Географія туризму» М. П. Крачила).

Наступний або ринковий етап, який розпочався у 1990-х і пов'язаний із зміною суспільного ладу і соціально-економічною перебудовою, яка не в останню чергу торкнулася туризму. Туризм на цьому етапі із дозвіллєвої діяльності, якою опікувались профспілки, почав перетворюватися на самостійну галузь економіки – індустрію туризму. Ця індустрія потребувала кадрів і з 1990 р. системна підготовка фахівців для туристичної сфери розпочалась на кафедрі країнознавства та туризму КНУТШ. Були закладені основи фахової туристичної освіти, які у 2004 р. стали підгрунтям прийняття першого галузевого стандарту вищої освіти для сфери туризму. Сформована система знань, вмінь та навичок, необхід-

них фахівцю в сфері рекреації і туризму, з того часу розвивається відповідно потребам мінливого динамічного ринку і забезпечується зараз освітніми стандартами нового покоління, які відповідають освітнім стандартам ЄС. В туризмі забезпечується трирівнева система підготовки бакалаврів-магістрів-докторів філософії. Освітній процес забезпечується не тільки узагальненням практики чи бенч-маркінгом, а в першу чергу туризмологією, що вивчає туризм як суспільний феномен, складну соціо-еколого-економічну систему, яка охоплює різноманітні географічні, екологічні, соціо-культурні, економічні, організаційно-правові аспекти, процеси і явища, пов'язані з організацією, регулюванням та управлінням комфортним і безпечним подорожуванням, відпочинком, оздоровленням і лікуванням, яке здійснюють суб'єкти рекреаційно-туристичного ринку, в тому числі в туристичних дестинаціях, на засадах сталого розвитку. Сучасний туризм в Україні забезпечує науковий потенціал, сконцентрований майже у 120 вищих навчальних закладах, представлений кандидатами і докторами наук у 20 наукових галузях.

Такий значний творчий науковий потенціал здатний підготувати кваліфікованих фахівців, які будуть розбудовувати вітчизняний туризм у післявоєнний час, підтримуючи і розвиваючи той позитивний імідж, який має Україна зараз у світі, гідно презентувати нашу країну на міжнародній арені і водночас, розвивати внутрішній туризм, забезпечуючи відпочинок, оздоровлення, реабілітацію і лікування співвітчизникам.

Чаплінська А., Чаплінські П.
Щецинський університет
м. Щецин, Польща

ВИЗНАЧЕННЯ РЕСУРСІВ, ПОТЕНЦІАЛУ ТА КАПІТАЛУ ЕТНІЧНОГО РЕГІОНУ ЯК ОСНОВИ ДЛЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

У світі є багато прикладів етнорегіонів, одним з найвідоміших етнорегіонів у Польщі є Кашуби – північ країни, а України – Гуцульщина, розташована на українсько-румунському кордоні. Вони є предметом аналізу, в тому числі маркетингового, через підвищений інтерес до місцевої культури та звернення держави до місцевих/регіональних культур для ідентифікації власної ідентичності та побудови власного бренду [1, 2].

Важливим інструментом підтримки етнічних регіонів є скоординована маркетингова діяльність, яка дозволяє здійснювати вмілий брендинг регіону, зберігаючи при цьому етнічну культуру та зміцнюючи ідентичність регіону.

Відправною точкою для ефективної маркетингової діяльності є розрізнення трьох основних складових будь-якого етнорегіону, тобто його ресурсів, потенціалу та капіталу. Ці поняття, хоча і є семантично близькими, але мають різний зміст і тому потребують окремої уваги. Обговорення цих понять вимагає спочатку їх упорядкування, тобто розташування в певній логічній послідовності [3].

На початку можна розглянути поняття ресурсу, яке слід розуміти як деякий «запас», що може бути виражений у будь-якій відомій нам мірі, наприклад, у кількості чогось, одиницях ваги тощо. Слід підкреслити, що ресурси мають бути загальновизнаними і усвідомленими, оскільки в іншому випадку вони не будуть ресурсом, запасом.

Якщо ми розглядаємо ресурс з точки зору його корисності (вартості), ми де-факто визначаємо його потенціал. Потенціал, як правило, погано піддається вимірюванню, має значний ступінь суб'єктивності, оскільки залежить від багатьох природних, техніко-економічних і соціально-політичних чинників, у тому числі бехавіоральних і, зрештою, інтелектуальних особи (осіб), які створюють потенціал місця, тобто різних ідей, можливостей його використання.

Потенціал з'являється в моменті виникнення у нас ідеї як можна використати озеро чи дідову хатину для, наприклад, розвитку місця/регіону.

Потенціал може стати капіталом, коли він фактично використовується, що слід розуміти як маркетизацію потенціалу. Таким чином, поняття капіталу слід ототожнювати з поняттям прибутку. Прибуток, однак, може з'явитися, а може і не з'явитися. Відносність капіталу, звичайно, пов'язана з відносністю оцінки потенціалу, а також зі здатністю ринкової гри. Діючий етноготель «Дідова Хатчина» один з прикладів капіталу Гуцульщини.

Зрештою, ми отримуємо взаємозв'язок між ресурсами, потенціалом і капіталом з точки зору територіального маркетингу, що дозволяє провести ретельну оцінку різних компонентів, а потім розробити чіткі, цілеспрямовані маркетингові заходи в рамках кожного з них. Етнорегіон, а точніше його мешканці, включно з місцевою владою, повинні усвідомити і прийняти те, що вони є етнічною спільнотою, мають унікальні етнічні ресурси і можуть використовувати їх шляхом маркетингу своїх ресурсів. Це визначить, як використовувати ці ресурси, а точніше, як формувати, створювати етнічний продукт, який ми можемо назвати маркетингом потенціалу етнічного регіону. З іншого боку, підготовлена продуктова пропозиція етнічного регіону, яка має приносити прибуток регіону, є етнічним капіталом, а усю діяльність, спрямовану на залучення, задоволення та утримання клієнтів цією пропозицією, ми можемо назвати маркетингом капіталу.

У світлі наведених вище теоретичних міркувань, метою дослідження є ідея окремого аналізу ресурсів, потенціалу та капіталу обраних етнічних регіонів за допомогою методу SWOT-TOWS аналізу та визначення можливих напрямків маркетингової діяльності для виділених елементів, які були б орієнтовані на зміцнення іміджу та ідентичності етнорегіону і, водночас, дозволили б ефективно підвищити житлову, інвестиційну і, насамперед, туристичну привабливість.

Для того, щоб зафіксувати відмінності між обговорюваними концепціями ресурсів, потенціалу та капіталу в контексті подальших міркувань щодо територіального маркетингу, було застосовано двоетапний класичний SWOT-TOWS-аналіз. Варто зазначити, що сегментований підхід, який розмежовує маркетинг ресурсів, маркетинг потенціалу та маркетинг капіталу, забезпечує легший вибір маркетингових стратегій, які краще відповідають викликам, що стоять перед регіоном. Він не лише фокусується на вже реалізованій та функціонуючій діловій активності, але й розкриває всю можливу послідовність подій, які можуть бути пов'язані з ширшим процесом розміщення бізнесу.

У світлі вищезазначеного, був підготовлений SWOT-TOWS аналіз, що складається з таких етапів, як

1. Визначення ключових факторів, які мають вирішальний вплив на етнічні ресурси, потенціал та капітал: сильні та слабкі сторони, можливості та загрози.

2. Оцінка відносної важливості та релевантності факторів і визначення остаточної оцінки (ранг та коефіцієнт інтенсивності).

3. Визначення стратегічної позиції для етнічних ресурсів, потенціалу та капіталу.

4. Проаналізувати та запропонувати напрямки розвитку.

Аналіз мав виявити відмінності в оцінці ресурсів, потенціалу та етнічного капіталу.

Після проведення аналізів отримані результати були переведені в систему координат, де були представлені стратегічні ситуації щодо ресурсів, потенціалу та етнічного капіталу обраних етнорегіонів.

Які висновки?

Наведені вище факти чітко вказують на великі відмінності в оцінці етнічних ресурсів, потенціалу і капіталу, що повинно знайти своє відображення в прийнятих маркетингових стратегіях етнорегіону.

Чи існує одна загальна регіональна маркетингова стратегія для етнорегіону, яка буде додатково враховувати просторовий розподіл ресурсів, потенціалу і капіталу, залягання яких є додатково нерівномірним. Між тим, видається, що це не так.

Загальна маркетингова стратегія могла б базуватися на пропозиції маркетингової сегментації, де була б побудована маркетингова стратегія ресурсів етнорегіону, яка могла б лягти в основу маркетингової стратегії потенціалу (можливостей) етнорегіону, ознайомивши багатьох зовнішніх і, особливо, внутрішніх клієнтів з його активами. Маркетингова стратегія потенціалу, у свою чергу, стане важливою відправною точкою для маркетингу багатьох ідей. Допомагаючи просувати їх, а також вказуючи на шляхи потенційного успіху на ринку для інших. Нарешті, стратегія маркетингу капіталу, яка виростає з двох попередніх стратегій, буде остаточною маркетинговою стратегією, яка зосереджуватиметься на функціонуючих бізнес-прикладах, що базуються на творчому використанні регіональних ресурсів.

ЛІТЕРАТУРА

[1] Czaplińska, A. (2021). Marketing of resources, potential and capital of an ethnic region : exemplified by the Hutsul Region (Ukraine). In: Innovation management and sustainable economic development in the era of global pandemic : proceedings of the 38th International Business Information Management Association Conference (IBIMA), 23-24 November 2021, Seville, Spain – King of Prussia : International Business Information Management Association, 2021

[2] Czaplińska, A. (2023). Regional Spatial Analysis of an Ethnic Region in Terms of Resources, Potential, and Capital Marketing in the Example of the Kashubia Region (Poland) / // European Research Studies Journal, Vol. 26 Issue 1, s.464-479 DOI: 10.35808/ersj/3123

[3] Rudewicz, J., Czapliński, P. (2023). Marketing of places : spatial approach. Szczecin : University of Szczecin Scientific Publishing. DOI: 10.18276/978-83-7972-600-4

Гурова Д. Д.,
Зайцева В. М.
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна

ТЕНДЕНЦІЇ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ У 2023 РОЦІ

Мандрівники налаштовані зробити 2023 рік великим роком для подорожей та дослідження світу. Розглянемо туристичні тенденції 2023 року, зокрема, куди мандрівники хочуть поїхати, що їх надихає на подорожі та яку роль відіграє бюджет у їхніх планах.

Оскільки обмеження на подорожі та тестування на Covid відходять у минуле, дослідження показують, що 73 % людей більш оптимістично налаштовані щодо подорожей, ніж у 2022 році. Хоча світ вступає у 2023 рік в умовах глобальної економічної та політичної невизначеності, майже три чверті (72 %) вважають, що подорожі все ще варті того, щоб подорожувати [2].

Для багатьох зміна обстановки та можливість поніжитися на сонці є достатньою причиною, щоб вирушити у відпустку. Однак у 2023 році скоріш за все будуть зміни в тому, чому люди прагнуть кудись поїхати, а також у типах відпусток, які вони обирають. Відпустка це чудовий спосіб розслабитися і відпочити, але у 2023 році багато мандрівників хочуть зробити ще один крок вперед і використати свої пригоди для лікування розуму, тіла і душі. 42 % мандрівників хочуть відправитися у відпустку, яка зосередиться на їхньому психічному і фізичному здоров'ї, включаючи відпочинок для згладжування процесів вагітності і менопаузи. Майже половина (44 %) хочуть поїхати на медитацію або ретрит з усвідомленості [3].

Водночас, деякі мандрівники хочуть зайнятися своїм тілом в інший спосіб. Більше третини (36 %) хочуть відправитися в еротичну подорож і дослідити нові збочення і способи отримання задоволення. 36 % також зазначили, що хочуть спробувати психоделічний досвід за допомогою канабісу або психоделіків, таких як гриби. Це означає, що у 2023 році більше мандрівників поїдуть до країн, де дозволені певні види психоделіків, наприклад, до Нідерландів чи Бразилії.

Віртуальна реальність також надихає на вибір подорожей. Хоча світ ще не готовий до подорожей у стилі фантастичних фільмів, віртуальна реальність дає мандрівникам уявлення про те, що вони можуть побачити. 43 % будуть використовувати віртуальну реальність для натхнення при виборі подорожі, а 46 % з більшою ймовірністю поїдуть туди, куди не поїхали б, якби мали змогу спочатку випробувати це віртуально.

Втім, дехто прагне провести кілька днів у метапросторі: більше третини (35 %) респондентів зазначили, що хотіли б здійснити багатоденну подорож у доповненій або віртуальній реальності. З розвитком технології тактильного зворотного зв'язку віртуальні мандрівники незабаром зможуть відчувати пісок між пальцями ніг і сонце на шкірі, навіть не виходячи на вулицю [1].

Хоча це звучить захоплююче, цього недостатньо, щоб переконати більшість (60 %) мандрівників, які погоджуються, що віртуальні подорожі не такі захоплюючі, як особисті. Це означає, що прогнози на 2023 рік не передбачають, що мандрівники здебільшого змінять сонцезахисні окуляри на окуляри віртуальної реальності.

Після різних міжнародних локдаунів, під час яких багатьом людям не дозволялося виходити з дому, не кажучи вже про подорожі, зараз мандрівники прагнуть відключитися від мережі. Але справа не лише в бажанні відключитися від технологій: все більше людей прагнуть повернутися до першооснови, багато мандрівників висловлюють бажання використати свою відпустку у 2023 році як можливість навчитися навичкам виживання (58 %). Це включає в себе вивчення того, як знаходити чисту воду (53 %), розпалювати вогонь з нуля (42 %), добувати їжу в дикій природі (39 %) і навіть як підготуватися до апокаліпсису (39 %). Сидіти перед затишним вогнищем десь глибоко в лісі за багато кілометрів від найближчого мікрочипа це уявлення багатьох мандрівників про блаженство. Однак 53 % вважають, що їм знадобиться телефон і стабільний інтернет-зв'язок [2].

Багато хто з нас живе в певній рутині, і це стосується і відпусток. Однак мандрівники прагнуть відірватися від своєї рутини, і 50 % з них хочуть пережити культурний шок у 2023 році. Майже три чверті (73 %) хочуть вийти за межі своєї зони комфорту, а 30 % прагнуть дослідити маловідомі міста, щоб знайти там приховані перлини.

Багато мандрівників (38 %) хочуть отримати культурний шок від потойбічної культури і полювання на НЛО. Це означає, що, ймовірно, збільшиться кількість відвідувачів позаземних гарячих точок, таких як Розуелл, Нью-Мексико. Тим часом, інші можуть поїхати далі на схід: 47 % мандрівників зацікавлені в дослідженні екзотичних делікатесів, таких як найгостріший перець чилі (нинішній світовий рекорд належить каліфорнійському сорту «Жнець», виведеному в Рок-Хіллі, Південна Кароліна) [3].

Економні подорожі – також один із трендів подорожей 2023 року. Оскільки світова економіка не демонструє жодних ознак покращення, мандрівники стають економнішими. 68 % з них приділяють пильну увагу тому, скільки вони витрачають на свої пригоди. Однак, незважаючи на триваючі економічну та енергетичну кризи, половина (50 %) стверджують, що інвестиції у відпустку все ще залишаються головним пріоритетом [1].

ЛІТЕРАТУРА

1. Here's What To Expect From 2023 Travel: Trends and Predictions. URL: https://www.forbes.com/advisor/credit-cards/travel-rewards/travel-trends-predictions-2023/ (дата звернення: 22.04.2023).

2. Travel predictions 2023. URL: https://www.booking.com/articles/travelpredictions2023 (дата звернення: 21.04.2023).

3. Travel predictions 2023. Here's what to expect. URL: https://botshot.ai/resources/blog/travel%20predictions (дата звернення: 23.04.2023).

Зінько Ю. В., Мальська М. П., Біланюк В. І.,
Андрейчук Ю. М., Шевчук О. М.
Львівський національний університет імені Івана Франка,
м. Львів, Україна

ПРОЕКТ ШЛЯХУ «ПЕРША УГОРСЬКО-ГАЛИЦЬКА ЗАЛІЗНИЦЯ» В СИСТЕМІ ТРАНСКОРДОННОЇ ТУРИСТИЧНОЇ МЕРЕЖІ

Під час дослідження проблематики розбудови і функціонування туристичних маршрутів (шляхів) культурної та історичної спадщини, що охоплюють декілька країн (міжнародні) чи країн-сусідів (транскордонні), основна увага приділяється певним важливим аспектам. Серед них: тематична спрямованість шляху, його траєкторія, основні об'єкти для відвідування та сервісне забезпечення проходження маршруту. Європейський досвід функціонування шляхів історико-культурної спадщини свідчить про їх різноманітну тематику (історичну, релігійну, торгівельну, культурно-освітню, геотуристичну, винну) та відповідну атракційно-інфраструктурну забезпеченість [5]. У рамках Програми Транскордонного Співробітництва Польща-Білорусь-Україна та Україна-Румунія було реалізовано низку проектів, що передбачали розбудову транскордонних шляхів як для активного туризму (піший, велосипедний, водний), так і тематичного спрямування (культурної спадщини, геотуристичні, релігійно-паломницькі). Серед проектів, що передбачали створення піших, велосипедних, екотуристичних шляхів, варто виділити [2]: «Створення транскордонної мережі розвитку та просування туризму між Івано-Франківською областю України та повітом Марамуреш Румунії» (2007–2009); «Долаючи кордони: розвиток гірського туризму» (2012–2013) [1]; «Без кордонів: мережа природних маршрутів у Східних Карпатах» (2012–2014); «ГеоКарпати – створення польсько-українського туристичного шляху» (2012–2014); «"Єднає нас Буг" – утворення двох транскордонних байдаркових туристичних маршрутів» (2016–2020): «Транскордонний паломницький маршрут як інструмент промоції історико-культурної спадщини в українсько-польському прикордонні» (2016–2021); «Рове-Лове Розточчя – разом попри кордони» (2018–2021); «Карпатський шлях дерев'яної архітектури – спільні дії для збереження та промоції історико-культурної спадщини українсько-польського прикордоння» (2018–2021).

У свою чергу, представлений у дослідженні шлях Першої угорсько-галицької залізниці відкриває нову сторінку у розбудові транскордонних шляхів, пов'язану із залізничним транспортом (проект «Популяризація туристичних об'єктів Першої угорсько-галицької залізниці» (2020–2021)

в рамках Програми Транскордонного Співробітництва Польща-Білорусь-Україна) [3]. Для перетворення об'єкту дослідження – Першої угорсько-галицької залізниці – у «залізничну спадщину» [4] з відповідними атрибутами необхідним є її детальний історичний аналіз розвитку, оцінка сучасного стану та розробка програми використання туристичного потенціалу самої залізниці та прилеглої до неї території на українсько-польському пограниччі. З точки зору розбудови туристичної залізниці як інструмента репрезентації історико-культурної та промислової спадщини вихідним положенням є факт її тривалого і давнього функціонування (різні відтинки збудовано протягом другої половини XIX – початку XX ст. [2]) та збережені пам'ятки залізничного характеру. Другою сильною стороною є її сучасний транскордонний характер (українсько-польське пограниччя) з можливістю розбудови Європейського трансрегіонального шляху (Україна–Польща–Словаччина–Угорщина). Третьою важливою складовою цієї залізниці є різноманітність об'єктів історико-культурної спадщини та туристичних атракцій, пов'язаних з сучасною господарською діяльністю (агротуристичні і екотуристичні об'єкти). Загалом, існують об'єктивні передумови щодо створення міждержавної туристичної дестинації на основі відтинку Першої угорсько-галицької залізниці – *Перемишль (Польща) –Нижанковичі–Добромиль–Хирів (Україна) – Устрики Дольні (Польща)*.

Для проектованого шляху важливим є забезпечення підходів [2], що сприятимуть популяризації туристичних об'єктів і рекреаційно-туристичному освоєнню Першої угорсько-галицької залізниці і прилеглих до неї територій українсько-польського прикордоння. Серед важливих підходів щодо планування цієї перспективної туристичної дестинації виділяємо наступні:

1) розбудова мережі (системи) шляхів, де її складовими стануть різні за значенням (транскордонні, регіональні і місцеві) та за характером пересування (залізничні, автомобільні, велосипедні, піші) шляхи та різні за тематикою і змістовним наповненням елементи (промислово-залізнична й історико-культурна спадщина та відпочинково-агротуристична інфраструктура);

2) у просторовому відношенні ця мережа шляхів буде репрезентована комбінацією транскордонного залізничного шляху з лінійними і кільцевими автомобільно-пішими маршрутами, що розпочинатимуться з визначених станцій історичної залізниці;

3) різноманітність типів туристичних атракцій з обох боків кордону (культурно-промислова, оборонна, сакральна) дає змогу організовувати пізнавально-культурні (історико-культурні, сентиментальні, краєзнавчі) подорожі для туристів з країн-сусідів;

4) для популяризації першої угорсько-галицької залізниці як лінійної туристичної дестинації необхідною є організація поїздок для туристів на

дрезинах і залізничних автобусах. Ці заходи із залучення туристів варто здійснити найближчим часом як промоційні акції на українській частині залізниці у період відсутності її експлуатації.

У цілому, тематичні туристичні шляхи польсько-українського пограниччя можна систематизувати за метою подорожі та засобами переміщення. За метою виділяються такі групи: пізнавально-історичні та пізнавально-культурні, пізнавально-природничі, а також технічної і промислової спадщини. Історична Перша угорсько-галицька залізниця належить до останньої групи – *шляхів технічної і промислової спадщини*. За характером переміщення серед транскордонних тематичних туристичних шляхів виділяються: піші, автомобільні, велосипедні та залізничні. Власне Перша угорсько-галицька залізниця репрезентує на пограниччі *перший транскордонний туристичний шлях залізничного типу*.

Щодо визначення позиціонування тематичного туристичного шляху, пов'язаного з угорсько-галицькою залізницею, у мережі транскордонних шляхів, то його вирізняє кілька аспектів. По-перше, це туристичний шлях, який репрезентує залізниці спадщини на сході Європи. По-друге, існує перспектива його розбудови як трансєвропейського туристичного залізничного шляху. Нарешті, наявність значної історико-культурної спадщини на українсько-польському пограниччі вздовж цієї залізниці спадщини дало змогу сформувати інтегровану мережу тематичних краєзнавчих шляхів на її основі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бучко Ж. І. Транскордонні рекреаційно-туристичні комплекси України: методологія дослідження та пріоритети розвитку: автореф. дис. … д-ра геогр. наук : 11.00.11. Київ, 2019. 40 с.

2. Концепція збереження спільної культурної та історичної спадщини шляхом розвитку нових видів туризму / За заг. ред. Г. Сороки; ПП «Рекламне агенство "Акваріум"»; Львів, 2021. 172 с.

3. Перша угорсько-галицька залізниця. URL : https://www.hungalrail.com/

4. Heritage Railway. The Complete Preservation News Magazine. URL : https://www.heritagerailway.co.uk/

5. Mikos von Rohrscheidt A. Regionalne szlaki tematyczne: Idea, potencjał, organizacja. – Krakow: Proksenia, 2010. 465 s.

Аніпко Н. П., Джура М. І.
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
м. Чернівці, Україна

ЕКСКУРСІЙНІ ТУРИ В ЄВРОПУ: ПРОПОЗИЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ОПЕРАТОРІВ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ В ПЕРІОД ВІЙНИ

Після перших місяців повномасштабної війни в Україні відновили свою діяльність українські туроператори, основним напрямом діяльності яких є – екскурсійні тури до країн Європи. Нами була проаналізована діяльність трьох українських туроператорів – лідерів по напрямку – європейські екскурсійні тури. Це три туроператори – Adriatic travel, Tango-travel та Accord tour. Кожний з цих туроператорів продовжував працювати в період війни і навіть урізноманітнював свої пропозиції, збільшував кількість послуг. Наприклад, для українських туристів, які сьогодні вимушено перебувають за межами своєї країни з'явилася можливість приєднатися до туру з європейського міста, через який проходить тур. До програми турів надавався перелік міст, з яких можна приєднатися, попередньо замовивши цю послугу.

Сьогодні лідером на українському туристичному ринку серед туроператорів по екскурсійним турам в Європу є Adriatic travel. На сайтах туроператорів з'явилися нові послуги, які раніше не надавали туроператори. Пропозиції туроператорів Adriatic travel, Tango-travel та Accord tour охоплюють більшість країн Європи. Це, в першу чергу, стосується туроператорів Adriatic travel та Accord tour. Наприклад, Accord tour має пропозиції по 32 країнам Європи. Загалом у цього туроператора є 499 турів, у тому числі 228 турів вихідного дня, 144 економ-тури та 127 турів зі спеціальною пропозицією [1-3].

У всіх трьох туроператорів тури різної тривалості, з нічними переїздами та без нічних переїздів. У таблиці 1 наведено приклад по туроператору Accord tour.

Таблиця 1

Види та кількість автобусних турів від туроператора «Accord tour»

Найменування	Кількість турів	Частка, %
1. Тури без нічних переїздів	499	96,33
у т. ч. тури вихідного дня	228	44,02
економ тури	144	27,80
спеціальні пропозиції	127	24,52
2. Тури з нічними переїздами	19	3,67
у т. ч. тури вихідного дня	8	1,54
економ тури	6	1,16
спеціальні пропозиції	5	0,97
Разом	518	100,00

Також з'явилося немало нових цікавих пропозицій, які раніше не були представлені у цих туроператорів. Лідером в цьому є Adriatic travel. На сайті цього туроператора з'явилися більше пропозицій, наприклад, по Угорщині, Польщі, Норвегії, Франції, Іспанії, країнам Балтії тощо [2].

З'явилися пропозиції по новим напрямках, наприклад, у туроператора є Adriatic travel – це Ірландія. Можна побачити оновленні програми багатьох турів по різним напрямках. Більшість турів як і раніше стартують у м. Львів, але з'явилися нові пропозиції з виїздами із Києва, Одеси та інших міст.

У теплий період року популярністю користуються подорожі до країн, де можна відпочити на морі. Тому туроператори розробляють все більше пропозицій, які дають можливість поєднати відпочинок на морі з цікавою екскурсійною програмою. Такі пропозиції є у всіх трьох туроператорів до таких країн: Греція, Болгарія, Італія, Іспанія, Албанія, Чорногорія, Хорватія тощо [1-3].

Тимчасові обмеження через війну для відпочинку та оздоровлення дітей в Україні, також були враховані цими туроператорами. Тому було запропоновано нові тури з урахуванням інтересів дітей, також для дітей постійно діють різні знижки.

Отже, незважаючи на війну, туризм в Україні продовжує розвиватися та прилаштовується до непростих умов. Це дає можливість зберегти робочі місця, продовжувати сплачувати податки та підтримувати економіку країни й надавати людям можливість перезавантаження для подальшого переможного руху вперед. Туроператори також для військовослужбовців та родин надають знижки, наприклад, туроператор Adriatic travel надає на екскурсійні автобусні тури 15% знижки від вартості туру

для дорослих і 30% знижки для дітей від вартості туру вказаного на сайті [2].

ЛІТЕРАТУРА

1. Офіційний сайт туроператора Accord tour. – Режим доступу: URL: https://www.accordtour.com/avtobusni_tury_z_vyyizdom_pislya_14/avstriia

2. Офіційний сайт туроператора Adriatic travel. – Режим доступу: URL: https://adriatic-travel.com.ua/tour

3. Офіційний сайт туроператора Tango-travel. – Режим доступу: URL: https://tangotravel.com.ua/tury-v-yevropu/

Гресь-Євреінова С. В., Кравченко І. Ю.
Національний університет «Запорізька політехніка»
м. Запоріжжя, Україна

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

Розвиток міжнародного туристичного ринку залежить від великої кількості національних, міжнародних, соціально-економічних, політичних, культурних і технічних факторів. У 2020 р. світова економічна система зазнала нечуваних змін через пандемію COVID-19. Закриття кордонів між державами, штучне обмеження фізичного пересування споживачів туристичних послуг навіть у межах однієї країни чинили занадто негативний вплив на туристичний ринок.

Найбільш авторитетними джерелами статистичної інформації про стан, проблеми та тенденції розвитку міжнародного туристичного ринку є публікації ЮНВТО, зокрема UNWTO World Tourism, Barometer, UNWTO Tourism Highlights, Всесвітньої ради подорожей та туризму (WTTC), Всесвітньої асоціації туристичних агентств (WATA), Європейської туристичної комісії (ETC), Організація економічного співробітництва та розвитку (OECD), Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IATA), Міжнародна асоціація цивільної авіації (ICAO) та ін. За оцінками UNWTO, у 2020 р. обсяги іноземних туристичних відвідувань скоротилися на 74 % (-925 млн) порівняно з 2019 роком. У вартісному вимірі втрати експорту оцінювались у 1,3 трлн дол. США, що в 11 разів було більше, ніж у часи світової економічної кризи 2009 р [1] в основному через загрозу поширення пандемії COVID-19, офіційні обмеження подорожей на державному рівні та добровільну самоізоляція через невпевненість у ефективності лікування та брак достовірної інформації. Найбільше постраждали країни Азійсько-Тихоокеанського макрорегіону (падіння кількості іноземних відвідувань на 84 % порівняно з 2019 роком), на Близькому Сході та в Африці від'ємний темп приросту був близьким до середньосвітового показника (-75 %), а от країни Америки та Європи постраждали найменше (-70%). Наприкінці 2020 р. деякі великі туристичні ринки, такі як США, Німеччина та Франція, демонстрували перші ознаки відновлення.

Відновлення поїздок продовжилося наприкінці 2022 року через сильний відкладений попит та надмірні заощадження, накопичені під час пандемії. У 2022 році міжнародні поїздки здійснили понад 900 мільйонів туристів, що становить 63 % від рівня 2019 року до початку пандемії згідно з путівником EIU з туризму. Глобальні туристичні потоки можуть зрости на 30% до кінця 2023 року після зростання на 60 % у 2022 році, але залишаться нижчими за допандемічний рівень. Світовий туризм 2023 року має досягти приблизно 80-95 % допандемічного рівня, згідно

з прогнозом відновлення туризму, опублікованим UNWTO World Tourism [1]. Економічний спад, санкції проти Росії та стратегія Китаю щодо боротьби з коронавірусом затримають відновлення туристичних потоків. У Східній Європі спостерігається більш повільне відновлення через війну в Україні. Найбільш різке зниження туристів спостерігається у Фінляндії (-38 %), Литві, Латвії та Румунії (-42 %) [2]. Проте, до багатьох Європейських країн міжнародні туристи повернулися такою ж чисельністю, як і до кризи охорони здоров'я і відсутність туристів з Китаю, Японії чи Росії компенсується європейськими та американськими туристами. США лідирують у відновленні міжконтинентальних поїздок у Європу.

Для європейських туристів ціна та близькість стали визначальними факторами при виборі напрямків подорожей у 2023 році. Економічні чинники впливають на те, як люди подорожують у 2023 році, проте попит на внутрішні та регіональні поїздки залишається високим. Попит на міжнародні подорожі демонструє стійкість перед наближенням економічного спаду, про що свідчать темпи попереднього бронювання. Перспективи росту турів до Європи багатообіцяючі, незважаючи на глобальні чинники, такі як висока інфляція, війна в Україні та подальша енергетична криза, а також економічний спад, що насувається. Прогнозується, що міжнародні поїздки до Європи досягнуть допандемічного рівня у 2025 році, а внутрішні поїздки повністю відновляться у 2024 році.

Відсутність попиту на подорожі з Китаю, стала серйозним ударом для міжнародного ринку туризму. Відновлення поїздок до Китаю сприятиме відновленню частки ринку міжконтинентальних перевезень у 2023 році. Очікується і поступове повернення китайських мандрівників до Європи з другого кварталу 2023 року, оскільки після несподіваного оголошення відкриття країни, логістика відновлення маршрутів польотів для возз'єднання Китаю з рештою світу вимагатиме часу. Більшості китайських туристів потрібно отримати візу для поїздки, а багатьом необхідно буде оновити свої паспорти.

Проте рецесія в країнах із розвиненою економікою обмежує темпи відновлення у 2023 році. Економіка США налаштована на помірну рецесію у 2023 році, але їй протидіятимуть сильний долар та накопичені заощадження. Рецесія, що насувається, і більш висока, ніж передбачалося раніше, інфляція в Європі знизить доходи і негативно позначиться на споживчих витратах і попиті на міжнародному ринку туризму.

ЛІТЕРАТУРА

1. UNWTO World Tourism Barometer. URL : https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-10/UNWTO_Barom21_05_September_excerpt.pdf (дата звернення 01.05.2023 р).

2. EIR 2022-Global Trends. URL: https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2022/EIR2022-Global%20Trends.pdf?v=1665663907 (дата звернення 01.05.2023 р).

Смирнов І. Г., Любіцева О. О.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
м. Київ, Україна

ТУРИЗМ У СТИЛІ «РЕГІ»

Растамани – прихильники релігійно-філософського руху растафаріанства. Назва релігії походить від імені останнього імператора Ефіопії Хайле Селассіє I (1892–1975). Це ім'я, що означає Сила Святої Трійці, він отримав при хрещенні, а взагалі його звали Рас Тафарі Маконнен. Растамани вважають, що Селассіє I був втіленням бога на землі, якого вони називають Джа, що перекладається з давньоєврейської як «усе суще». «Наша релігія – найдемократичніша у світі, – з гордістю стверджують растамани Ямайки, де растафаріанство є надзвичайно популярним. – Воно не потребує богослужінь, проповідників, ікон, розкішних церемоній і храмів. Кожний растаман повинен знайти віру і бога Джа у самому собі, а ще підтримувати, любити один одного і відмовитися від порочних цінностей західного суспільства, яке ми називаємо Вавилоном. Якщо людина сповідує ці засади, то вона посмерті неодмінно потрапить до раю!» [1].

Растамани впевнені, що Свята Земля знаходиться в Ефіопії, котру вони вважають своєю батьківщиною. Пророком растафаріанства вважається ямайський публіцист, політик, письменник та громадський діяч Маркус Гаврі, лідер руху «Назад до Африки». Він народився 1887 р. на о. Ямайка, який на той час був британською колонією. Після 7 класу він був змушений залишити школу і працювати у кав'ярні, щоб матеріально підтримати родину. У вільний час він багато читав, особливо релігійну літературу, і прийшов до висновку, що у ямайців повинна бути своя релігія. У такий спосіб він прийшов до растафаріанства, з 20 років виступав на мітингах та публікував статті, які закликали чорношкірих боротися за свої права, чим завоював популярність на батьківщині. Мешканці Ямайки боготворили Маркуса, підтримувала його і ямайська православна церква, яка у такий спосіб сприяла розповсюдженню растафаріанства. 1914 р. Маркус заснував Всесвітню асоціацію з покращення положення негрів. У своїх промовах він закликав чорношкіре населення до расової чистоти, передбачав коронацію чорного короля на африканському континенті і закликав до переселення ямайців до Африки. Цим він сприяв тому, що імператор Ефіопії Хайле Селассіє I був проголошений прихильниками растафаріанства втіленням бога Джа. Послідовники растафарі на Ямайці вперто вірять, що Селассіє був нащадком біблійного царя Соломона і цариці Савської. М. Гаврі всіляко схвалював достоїнства ефіопського монарха, захоплювався його людськими та діловими якостями, раста-

фаріанство називав «найгуманнішою релігією», а ще послідовно критикував пороки колоніалізму. Він стверджував (початок XX ст), що: західний світ загруз у гріхах та ненависті, заради наживи політики готові піти на будь-які злочини, зокрема це війни, жертвами яких стають мільйони; вони отруюють атмосферу, безжально експлуатують природні багатства, знищують ліси; вони зовсім не турбуються про людські душі, і хоча на словах багато з них віруют у Христа, пошуку Бога їм не вистачає. Такі «християни» хоча і говорять, що Бог – це любов, але за їхніми реальними діями цього і не скажеш, отже, їхня релігія є суцільним фарисейством, а растафаріанство – ось істинна і шляхетна віра [1].

Так, за думкою Гаврі, растамани не повинні змушувати слідувати своїй вірі, як це практикують представники інших релігій. Новонаверненим слід приходити до віри в бога Джа самостійно, а ще, постійно культивувати африканську самобутність та жити за засадами любові до ближнього свого. М. Гаврі у своїх промовах запевняв ямайців, що вони були віддані в рабство білошкірим самим богом Джа, як кара за їхні багаторічні гріхи. Але незабаром Джа зглянеться, з'явиться на землі і відведе народ Ямайки до «землі обітованої» – Єфіопії, – таким пасажом зазвичай закінчував свої проникливі промови Гаврі [1]. Здобувши популярність та великі успіхи у розповсюдженні растафаріанства у Ямайці, Маркус переїхав до США, де заснував декілька філій асоціації. Але в подальшому на нього чекало повне фіаско: 1922 р. він був засуджений за фінансові махінації і провів 5 років в американській в'язниці, після чого втратив не тільки здоров'я, але й авторитет у негритянському русі. Він помер 1940 р. від інсульту, знаходячись у політичній ізоляції. Однак його статті і тези промов на даний час переживають нову хвилю популярності.

Вивченню растафаріанства багато уваги присвятив британський вчений Л. Барретт. У своїй праці (1988 р.), він писав: «Растафаріанство – спосіб життя та духа. Це повернення до способу життя наших предків, які поважали духовність, людинолюбство та гуманність по відношенню до природи». Барретт сформулював основні постулати релігії растаманів, серед яких виділив наступні: «Хайле Селассіє I є Живим Богом. Чорна людина є реінкарнацією стародавнього Ізраїлю, яка через Білу людину потрапила у вигнання до Ямайки. Біла людина поступається Чорній людині. Ямайка – пекло, Ефіопія – рай. Непереможний імператор Ефіопії є рятівником для вигнанців – осіб африканського походження, який прийшов, щоб допомогти їм повернутися до Ефіопії. У найближчий час чорношкірі повинні прийти до панування у світі» [1].

Однак сучасні растамани вважають, що ці постулати Барретта тридцятирічної давнини сьогодні вже неактуальні. Як доказ правильності своїх висновків, вони наводять дані про різке зростання числа білих растаманів у країнах Європи та Америки. Растаманам близькі і земні задоволення, одним з яких вони вважають вживання каннабісу, або маріху-

ани. За переконаням послідовників растафаріанства, каннабіс вперше виріс на могилі царя Соломона і ввібрав його мудрість. Зрозуміло, що з цим твердженням можна посперечатися, адже вживання маріхуани може бути першим кроком до наркоманії.

«Тому що іншими шляхами це не вилікувати» – часто повторював знаменитий виконавець музики регі і растаман Боб Марлі (1945–1981). Він народився у бідній родині, перепробував багато робітничих фахів, до музики приєднався у 16 років під впливом друзів, створив свій гурт, що виконував його балади, і сповідував растафаріанство. У більшості завдяки його виконавській та концертній діяльності число растаманів у світі стрімко зростало і у 80-х рр. XX ст. досягло 2 млн. На превеликий жаль його прихильників Боб Марлі пішов з життя 11 травня 1981 р. через важке онкологічне захворювання. Останніми його словами, зверненими до сина Зіггі, були: «Money can't buy life» (у перекладі з англ. – «Гроші не можуть купити життя»). Музикознавці вважають, що музика регі увібрала у себе гармонії і ритми національної ямайської музики. Тексти балад Боба Марлі закликали до людинолюбства та братерства. Завдяки йому сформувався і типовий зовнішній вигляд растамана, який носить дреди, мішкувату куртку, джинси і обов'язково в'язану різнокольорову шапочку-беретик – у кольорах растафарі – зеленому, золотому, червоному і чорному. Поступово тексти регі, які спочатку проповідували християнські цінності, стали більш політизованими, актуальними. Вони все частіше викривали соціальну та економічну несправедливість, поступово перетворившись в голос пригнобленої, але не засмученої молоді, готової отримати кайф від кожної мелодії, кожного акорду, кожного рядку. Також растамани Ямайки впевнені, що повинні мати свою правову систему і свій суд. «Ми – богом обраний народ, який здатний нести іншим жителям землі силу, впевненість і спокій» – говорив Боб Марлі [1]. Растамани суворо дотримуються певних правил у побуті: вживають у їжу овочі та фрукти, рибу (не більше 20 см у довжину), утримуються від солі, відмовляються від алкоголю, свинини, з напоїв – віддають перевагу трав'яним чаям у порівнянні з кавою чи молоком. Новонароджена дитина обов'язково благословляється старійшиною растафаріанської громади. Церемонія супроводжується піснями та молитвами. А от весільні свята на Ямайці не практикуються. Чоловік та жінка, що живуть разом, автоматично вважаються подружжям, оскільки сам шлюб растамани розглядають як соціальний факт, а не як релігійну подію. У растаманів не існує церемонії поховання померлих, вони вірять в реінкарнацію і вважають, що життя є вічним та безперервним процесом. Свої релігійні зустрічі віруючі називають сесіями або бесідами, зазвичай вони проходять у просторому будинку якогось растамана, при цьому молитви супроводжуються мелодіями регі. «Наша релігія поступово завоює весь світ» – в цьому твердо впевнені сучасні послідовники растафаріанства.

Не знаємо, як про весь світ, але нині музика регі отримала поширення не тільки в Ямайці, але й у США та Європі, перш за все, у Великій Британії, де елементи регі включали в свою музику Елвіс Костелло, Police, The Specials, The Clash, The Damned і, навіть, The Rolling Stones. Нині цей напрям рок-музики відроджується у новій якості і викликає сплеск інтересу до класики жанру. Цікаво, що музика регі прижилася і в Україні. На сьогодні в Україні існує низка музичних колективів, що використовують у своїй творчості елементи і стилі реґі. Найбільш відомими у цьому плані є гурти Бумбокс, The ВЙО, Операція Пластилін, також харківський гурт 5'nizza (і гурт, який створився після їхнього розпаду SunSay). Балади в стилі регі-мюзік виконують і брати Капранови. В Україні вже відбулося 5 міжнародних фестивалів, присвячених цьому музичному напрямку, 6-й був запланований на 19-21 червня 2020 р. на озері Безлюдівка біля Харкова під назвою «Острів Свободи» [2]. Для цього передбачалося створення наметового містечка під назвою «Місячне» на 200 місць з охороною. У програмі фестивалю повинно було бути барабанне фаєр- шоу, чемпіонат з тверку, воркаут, хіп-хоп, майстер-класи, конкурси та ігри, великий басейн, вейк-парк, волейбол, водомет і водні скутери, йога, чайні церемонії і багато іншого. На головній сцені було запрошено до виступу улюблених виконавців регі з України, а також з Іспанії та Італії. а на електронній сцені фестивалю «DUB ARENA» мали бути задіяні найкращі діджеї. За традицією передбачалося багаття діаметром 15 м з барабанами, гітарами та душевними посиденьками. Під час фестивалю планувалася пропозиція їжі у форматі домашньої кухні з вегетаріанським меню. У програмі фестивалю також передбачався ярмарок – виставка-продаж унікальних виробів ручної роботи майстрів України, а також окрема дитяча зона з аніматорами. Інфраструктура заходу включала поліпшене WC і клінінгову систему, чергування рятувальників та працівників Червоного хреста. Дістатися до місця фестивалю можна було б фірмовими автобусами (щопівгодини), фірмовими таксі (10% тариф), міським транспортом, електричкою, автостопом або пішки. Місткість фестивального майданчику визначено у 1,5 тис. осіб. Цікавою була система квитків: на 1 день («Дредастий»)/1 ос. – 200 грн; на 2 дні («Weekend»)/1 ос. – 300 грн; на 3 дні («Відданий»)/1 ос. – 400 грн; на 3 дні («Дружній»)/3 ос. – 1 тис грн; на 3 дні («Фестивальний»)/5 ос. – 1500 грн; «КЕМП» – 1 місце під намет на 3 дні – 300 грн. Була підготовлена реклама заходу (рис. 1). Нажаль, через пандемію Covid-19 цей фестиваль не відбувся, але ми впевнені, що повійні діяльність міжнародного фестивалю регі-мюзик в Україні буде відновлено.

Фестивалі регі-мюзик нині відбуваються в усьому світі, з цим пов'язані і значні туристичні потоки, які вони притягують. Найбільше музичних фестивалів у стилі регі щорічно проходить в США (12), Італії (11), Філіпінах (7), Німеччині (7), Франції (6), Швейцарії (5), Великій Британії

(5), Чеській Республіці (4) тощо. На рис.2 представлено типову сценку з фестивалю регі-мюзик.

ЛІТЕРАТУРА

1. Барсов В. Растамани в пошуках бога Джа. Таємниці XX ст. № 34. 2019.С. 26-27.

2. https://kharkov.internet-bilet.ua/uk/reggae_festival

3. https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_reggae_festivals



Рис. 1. Рекламний постер Міжнародного фестивалю регі-мюзик в Україні [2].



Рис. 2. Типова сценка з фестивалю регі-мюзик [3].

Аніпко Н. П., Бойчук Т. Т.
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
м. Чернівці, Україна

ПРОПОЗИЦІЇ ТУРОПЕРАТОРІВ ПО ЕКЗОТИЧНИХ КРАЇНАХ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ У 2023 РОЦІ

Повномаштабне вторгнення російських військ 24 лютого 2022 року на територію нашої держави змінило життя всіх українців та всі сфери життя. Після оголошення воєнного стану всі пасажирські перевезення авіакомпаніями були скасовані. Проте туристична діяльність не зникла, а видозмінилася. Зокрема, це стосується напрямку – екзотичні країни. Аналізуючи 2023 рік, можна побачити, що відбулися певні зміни в обслуговуванні українських туристів [1]. Головна з яких – пропозиції відпочинку в екзотичних країнах з вильотами з аеропортів інших країн – переважно сусідів України.

Сьогодні на українському ринку популярністю до екзотичних країн користуються пропозиції туроператорів Join UP, Coral Travel, ALF, Tez Tour, Компас і TPG з хорошими цінами та пропозиціями екзотичних турів [2-9].

Наприклад, у 2023 році лідируючі позиції порівняно з іншими займає туроператор Join Up. Він збільшує пропозиції по напрямку екзотичні країни для туристів, які продовжують жити в Україні та для тих громадян, які вимушені були залишити країну та сьогодні перебувають за її межами. Тому туроператор Join Up надає пропозиції з вильотами не тільки з країн-сусідів України, але з тих, де перебуває сьогодні багато наших тимчасово переміщених громадян.

Туроператор Coral Travel в 2023 році також активно працює і пропонує туристам вильоти до екзотичних країн з інших країн. Туроператор підписав договір із Coral Travel Poland.

На сайтах вищезгаданих туроператорів представлені пропозиції до таких екзотичних напрямків як Єгипет, Таїланд, Сейшельські острови, Куба, Мальдіви, Мексика, Домінікана, ОАЕ, Маврикій, Індонезія, Танзанія тощо. Оскільки ці напрямки є одними з найпопулярніших серед українських туристів.

Авіакомпанії, які допомогли продовжувати діяльність туроператорів для українського ринку – це «Turkish Airlines», «Lufthansa», «Air France», «Emirates», «Fly Dubai», «Qatar Airlines» та інші. До певної екзотичної країни туристичні компанії можуть використовувати різні авіалінії та подеку-

ди один і той же самий напрямок може здійснюватися іншою авіакомпанією в залежності від туроператора [10]. Наведемо приклади по кількох туроператорах.

Туроператор ALF має пропозиції до екзотичних країн з якісним обслуговуванням з Польщі та Чехії. Компанія пропонує тури до Індонезії з аеропорту Варшави з авіаперельотом компанії «Turkish Airlines». До Мальдів є пропозиції із Праги та Варшави, а до Таїланду – з Варшави.

Туроператор TPG пропонує тури до Індонезії з Румунії та Польщі. Виліт відбувається зі столиць країн: Варшава та Бухарест, авіакомпанія, яка здійснює переліт – «Qatar Airlines». До Домінікани для наших громадян є тури з Польщі, Чехії та Румунії. Використовується авіалінія «Lufthansa». До Маврикія є пропозиції з Чехії та Польщі. Перельоти здійснюються з Варшави та Праги авіакомпанією «Air France». Пропозиції до Мальдівських островів здійснюються з Варшави авіакомпанією «Emirates», а до Мексики із Варшави та Бухаресту авіакомпанією «Turkish Airlines» тощо [7].

Туроператор Join Up до більшості екзотичних країн пропонує переліт авіакомпанією «Fly Dubai». До Таїланду є тури з Кракова, Варшави та Бухаресту. До Шрі-Ланки є пропозиції із Кракова та Бухареста. До Мальдівських островів – з Кракова та Бухаресту. До Танзанії переліт здійснюється із Кракова, Варшави та Бухаресту.

Туроператор Coral Travel здійснює вильоти з аеропортів Польщі. До Мексики та Маврикія є пропозиції із Варшави, Кракова та Катовіце. До Домінікани та Таїланду – з аеропортів Варшави та Катовіце. До Сейшельських островів, Шрі-Ланки та Мальдівських островів – з Варшави та Кракова. До Об'єднаних Арабських Еміратів – з Варшави.

Аналізуючи офіційні сайти операторів можна побачити, що на певний екзотичний маршрут завжди є гарячі тури, хороші акційні пропозиції, представлені тури різної тривалості. Найбільш популярні тури до екзотичних країн для пізнавального і пляжного відпочинку – 6-9 денні. Немало пропозицій довготривалих турів є в туроператорів Coral Travel і TPG [3, 7].

ЛІТЕРАТУРА

1. Національний рейтинг найкращих туристичних компаній України, які працюють в умовах війни. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://elitexpert.ua/moreiporti/akvatoriju-odesskih-portov-polnostju-razminirovat-ne-budut/

2. Офіційний сайт туроператора ALF. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://alf.ua/

3. Офіційний сайт туроператора Anex Tour. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.anextour.com.ua/

4. Офіційний сайт туроператора Coral Travel. [Електронний ресурс].

– Режим доступу: https://www.coraltravel.ua/uk/

5. Офіційний сайт туроператора Join UP. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://joinup.ua/uk/

6. Офіційний сайт туроператора Tez Tour.[Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.teztour.ua/

7. Офіційний сайт туроператора TPG.[Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.tpg.ua/

8. Офіційний сайт туроператора TUI.[Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.tui.ua/

9. Офіційний сайт туроператора Компас.[Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://kompastour.com/ua/ukr/

10. Туризм воєнного часу: хто і як їздить подорожувати з України. [Електронний ресурс] – Режим доступу : https://www.unian.ua/tourism/lifehacking/turizm-voyennogo-chasu-hto-i-yak-jizdit-podorozhuvati-z-ukrajini-11925096.html

Смирнов І. Г., Любіцева О. О.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
м. Київ, Україна

БІБЛІЙНА ГЕОГРАФІЯ ТА ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ

Біблія є не тільки священною книгою для деяких світових релігій, але й джерелом історичних та географічних знань. Так, виділяють такий напрям, як ***Біблійна географія*** – розділ біблеїстики, що включає у себе географію Палестини та оточуючих її країн. Біблійна географія Палестини, у свою чергу, поділяється на два розділи: 1) фізична географія – дає опис Святої землі в тому вигляді, як вона існує нині (розташування, рельєф, геологія, клімат, флора, фауна); 2) історична географія – відзначає ті географічні особливості Святої землі, котрі вже зникли, оскільки за 4 тисячі років з часів Авраама багато чого змінилося в географічній картині країни (зникли численні тварини, котрі згадані в Біблії, змінилася флора тощо). У цих двох аспектах розглядається і географія «біблійних країн». Біблійна географія переслідує такі цілі: усвідомити хід священних подій згідно з біблійною топографією (отже, виділяється окремо такий напрям, як біблійна топографія); уточнити умови, що оточували людей у біблійна часи; сприяти повнішому розумінню біблійних образів, котрі часто запозичені з природи [1, 1]. Розглянемо деякі з біблійних чудес, їхні географічні особливості та туристичний аспект.

Чудеса Мойсея. Головним біблійним чудотворцем можна вважати пророка Мойсея, який з'єднав «коліна Ізраїлеві» в один народ і вивів його з Єгипту, де той знаходився у рабстві [2]. Всі знають, що в Біблії розповідається про єгипетський полон іудеїв. Однак, правильніше було б сказати, що сини Ізраїлю самі прийшли у Єгипет в голодні роки і знаходились там на положенні нинішніх гастарбайтерів. Працювали вони в основному на будовах, так продовжувалось декілька століть. Потім плодовитість іудеїв стала насторожувати єгипетських фараонів. Мабуть, Рамзес II (1279–1213 рр. до Р. Хр.) наказав повитухам вбивати кожного новонародженого сина ізраїльтян. Оскільки повитухи не виконали його наказ, фараон наказав кидати у річку кожне іудейське маля чоловічої статі. Мати Мойсея сплела кошик з тростини та залишила свого сина на березі річки. Дочка фараона знайшла маля, пожаліла його і взяла до палацу. Фактично Мойсей виховувався у палаці фараона як принц. Але, коли він досяг 40-річчя він замислився про долю іудейського народу, втік з палацу і став жити як простий пастух. Ось тоді йому з'явився бог Яхве у «неопалимій купині» і оголосив, що його божественна місія відвести синів Ізраїлю з єгипетського рабства до землі обітованої, де течуть молоко і

мед. В Книзі Ісход Давнього Заповіту описана драматична і повна пригод історія про те, як Мойсей вивів свій народ з Єгипту. Багато дослідників є думки, що Ісход стався за часів фараона Мернептаха, наступника Рамзеса II. Єгипет тоді був ослаблений війнами з агресивними сусідами, чим і вирішили скористатися іудеї. Спочатку Мойсей хотів мирно вирішити цю справу: він пішов на зустріч з фараоном і поросив його відпустити ізраїльський народ, але той не тільки відмовив, а ще більше посилив гніт іудеїв. Однак у синів Ізраїлю був божественний захисник Яхве, який скерував до Єгипту 10 страт. Фараон все ж пробував пручатися: він тримався, поки вода в Єгипті перетворювалась на кров; коли будинки атакувати жаби, мошки та псячі мухи; люди та худоба захворіли запаленням з чирками; посіви побив град; східний вітер приніс сарану; темрява охопила всю землю... Правитель Єгипту поступився лише після десятої страти, яка полягала у тому, що гинули усі первістки єгиптян, у т. ч. самого фараона, а також усе первородне їхньої худоби. У подальшій історії є один загадковий момент: у Книзі Ісход Яхве говорить: «І дам народу цьому милість в очах єгиптян; і коли підете, то підете не з пустими руками: кожна жінка випросить у своєї сусідки її речі срібні і золоті, ще одяг; ви вдягнете у нього синів і дочок ваших і заберете це у Єгиптян» (Ісх. 3:21-22). Деякі вчені на підставі цього висувають версію, що Ісходу ізраїльтян передував їх озброєний заколот, у ході якого вони пограбували маєтки єгиптян [3]. Якщо це так, то стає зрозумілим, чому фараон, який спочатку дозволив синам Ізраїлю покинути Єгипет, потім вислав за ними погоню. Він майже наздогнав їх на березі Чермного (у перекладі – Червоного або Тростинного) моря. І тут Мойсей за допомогою Яхве проявив себе, як дійсний чудотворець. У Біблії про це говориться: «І протягнув Мойсей руку свою на море, і гнав Господь море сильним східним вітром всю ніч і зробив море суходолом, і розступилися води. І пішли сини Ізраїлеві серед моря по суходолу: вода їм була муром ліворуч і праворуч» (Ісх. 14:21-22). Однак в коридор, що утворився, слідом за ізраїльтянами пішли і єгиптяни: «...і увійшли за ними в середину моря усі коні фараона, колісниці його і вершники його» (Ісх. 14:23). Але тут Мойсей за велінням Господа вчинив ще одне диво: «протягнув Мойсей руку свою на море і до ранку вода повернулась на своє місце; а Єгиптяни бігли назустріч воді. Так потопив Господь Єгиптян серед моря. І вода повернулась і накрила колісниці і вершників всього війська фараонова, яке увійшло за ним у море. Не залишилось жодного з них. А сини Ізраїлеві пройшли суходолом серед моря: води були їм муром ліворуч і праворуч. І позбавив Господь в день той Ізраїльтян з рук Єгиптян, і побачили сини Ізраїлеві Єгиптян мертвими на березі моря» (Ісх. 14:27-30). Чудесне спасіння ізраїльтян, які пройшли через море, що розступилося перед ними, до цього часу вважається одним із ключових повчальних і символічних біблійних подій. Воно символізує спасіння віруючих в істинного Бога і жахливу смерть язични-

ків, як грішників, що не покаялись, яких являли собою єгиптяни. А ще ця подія потім стала прообразом ритуалу хрещення. Вже у Новому Заповіті до Коринфян апостол Павло говорить: «Не хочу залишати вас, браття, у незнанні, що батьки наші всі були під хмарою, і всі пройшли через море; і всі хрестились у Мойсея в хмарі і в морі» (Кор. 10:1-2).

Вчені довгі роки не шкодували сил, щоб об'єктивно оцінити реальність біблійного дива. Ось лише декілька версій [3]: 1. Море, яке перейшли, не замочивши ніг, ізраїльтяни, на івриті називається Ям-Суф, що у точному перекладі означає «море комишу». Спогад про Червоне море з'явився тільки у Новому Заповіті, отже, можна заключити, що Мойсей вів свій народ не через море, а через Гіркі озера, які поросли комишом. Ізраїльтяни, користуючись мілким бродом, пройшли крізь болото, а важкі колісниці єгиптян в них загрузли. 2. Ізраїльтяни обрали шлях по вузькому перешийку, що відділяв Середземне море від озера Сирбоніс, яке знаходиться на декілька метрів нижче рівня моря і часто висихає до такого стану, що його дном можна спокійно пройти, не замочивши ніг. Але загрозу тут являють несподівані буревії, які заповнюють його водою. Ізраїльтяни встигли пройти озеро, що висохло, а потім з півночі налетів ураган, що гнав перед собою гігантські хвилі, які прорвали вузьку дамбу і обрушилися на єгиптян. 3. Планета Венера пройшла так близько до Землі, що води моря піднялися силою її тяжіння і пропустили ізраїльтян. Потім Венера відійшла, її тяжіння послабилося і морська безодня поглинула єгиптян. 4. Деякі вважають, що море розступилося перед синами Ізраїлю внаслідок потужного виверження вулкану 1628 р. до Р. Хр. Саме тоді цей катаклізм практично зруйнував острів Санторіні в Егейському морі. 5. Внаслідок сильного ураганного вітру міг оголитися риф в районі Суецького каналу, і ним Мойсей зміг перевести свій народ.

Фахівці з Національного центру атмосферних досліджень в Колорадо і Колорадського університету методом комп'ютерного моделювання довели можливість такої події, як поділ моря. Вчені припустили, що біблійні події відбулися там, де стародавня притока Нилу підходила до мілководних прибережних лагун, поряд з сучасним Порт-Саїдом. Погоня могла йти через лагуну, відому, як Озеро Таніс. Комп'ютерна модель показала, що східний вітер, що дув із швидкістю 139 км/год протягом не менше 12 годин, міг створити у воді коридор шириною 3,2 км і довжиною 4,8 км, який міг бути відкритим приблизно 4 години. Між тим ще 1898 р. у Долині фараонів знайшли мумію фараона Мернептаха. І з'явились чутки, що на ній виявили «симптоми інкрустації кристалами солі», що були доказом, ніби фараон дійсно потонув у морі. Можливо, як раз під час погоні за Мойсеєм.

Ще одне диво, про яке згадується в Біблії – це історія про взяття євреями Ієрихона, яка є однією з найвідоміших легенд Старого Заповіту. Біблія стверджує, що стіни неприступної фортеці рухнули від реву

труб «шофарів», у які дули іудейські священнослужителі, і військо Ісуса Навина увійшло до міста без будь-яких перешкод. Але що насправді відбувалося і вирішило долю давньої твердині? Біблейське місто Ієрихон дійсно стояло на березі Мертвого моря, у гирлі річки Йордан – тобто існувало насправді. Вчені вважають його найдавнішим міським поселенням на Землі і відносять його появу до X–IX тисячоліть до Р. Хр. Згідно з біблійними легендами, три з половиною тисячі років тому пророк Мойсей вивів гноблений єврейський народ з Єгипту, про що написано вище. Подолавши Червоне море, 600 тис шанувальників бога Яхве, або Єгови, дісталися до гори Сінай, де отримали Десять заповідей і закони повсякденного життя, записаних у Книзі Виходу. Далі в планах утікачів було переселення на Землю обітовану, але, щоб досягти цього, іудеям належало завоювати Ханаан, що перекривав шлях на північ. Народ Ізраїлів побоявся вірити обіцянкам бога, за що був покараний довгим поневірянням в пустелі. Через 40 років, коли померли усі, хто пам'ятав країну фараонів, а місце Мойсея зайняв Ісус Навін, євреї все ж таки рушили до Палестини. У XIII ст. до Р. Хр. їхнє військо, розбивши аморіїв, вийшло до Ієрихона, найбагатшого та наукріпленішого поселення на Близькому Сході. Місто площею майже 4 га було обнесено подвійним кільцем кам'яних стін завтовшки понад 2 м і заввишки понад 5 м. За стінами містилися джерела води, зерносховища, палаци і будинки з необпаленої цегли, а ще за ними ховалися майже 40 тис. ханаанеян. Спочатку Ісус Навин послав в Ієрихон розвідників і лише потім наказав воїнам форсувати Йордан. Фортеця видавалася неприступною, проте Єгова обіцяв нападникам всіляку допомогу і «довів» до їхніх лідерів план «штурму». Єврейське військо оточило місто, але й тільки. Ніхто не пускав стріл, не ламав таранами брам. Замість цього процесія жерців-іудеїв, що несла ковчег з Скрижалями Заповіту, під оглушливий рев труб-шофарів рушила навколо стін. Так тривало 6 днів, а на сьомий, після завершення сьомого кола, єврейська армія засурмила і здійняла такий гучний галас, що стіни міста раптом упали, і воїни Ісуса Навіна з кількох боків увірвалася у проломи. На цьому взяття Ієрихона завершилося. Переможці не стали захоплювати міста, вони просто стерли його з лиця землі: були вирізані не лише чоловіки, а й жінки та діти, і навіть худоба. Залишилася живою лише блудниця Раав, яка десять днів тому приховувала у себе єврейських розвідників. А Ієрихон був зруйнований вщент і забутий [4].

У людей, що жили 500 років тому, історія з трубами, ймовірно, сумнівів не викликала, але у скептиків з епохи НТР повстало питання: що ж сталося 3000 років тому біля стін Ієрихону? Дослідники висунули низку припущень. Частина з них ґрунтується на недостовірності письмового джерела. Інша частина припущень базується на маровірогідних збігах: раптовому землетрусі або навіть падінні метеорита. Спільна основа цих ідей – сліди пожежі на руїнах Ієрихона. Ще одна екстремальна ідея веде

нас у фізику коливань, а саме до ефекту резонансу, тобто руйнівного збігу внутрішньої частоти коливань з частотою зовнішньої дії. До речі, на цей фізичний феномен спиралися інженери Третього рейху, намагаючись створити «диво-зброю». Утім, є іще одне, цілком переконливе трактування події. Військова технологія мінування з'явилася ще у Давньому Єгипті. Ті, що осаджували, таємно прокладали підземний хід до укріплень ворога, потім викопували під фундаментом стіни велику камеру, яка, власне, і називалася «міною». Стелю порожнини зміцнювали перекриттям і дерев'яними розпірками, які в потрібний момент підпалювали. Стійки прогорали, і частина стіни падала. Отже, землекопи війська Ісуса Навіна заклали міни з кількох боків, а ходи з дуттям у труби призначалися тільки для того, щоб заглушити шум від роботи саперів, а також щоб можна було подати знак для одночасного підпалу облитих олією розпірок з різних боків міста. В результаті підірвані стіни впали без будь-якої містики, Ієрихон ліг, а уся слава досталася Яхві, або Єгові.

Риба святого Петра. Біблійні чудеса наводяться і в Новому Заповіті. Які ж реальні події та географічні реалії стояли за деякими євангельськими притчами? Наприклад, в Євангелії від Матфея розповідається, як колись найближчого учня Ісуса Христа, апостола Петра, спитали, чи заплатить Ісус податок на храм. Пізніше, взнавши про цю розмову, Ісус наказав Петру сходити до моря, закинути вудку, взяти першу пійману рибу і заплатити податок тією монетою, яку Петро знайде у рибі в роті. Пішов Петро до моря і сталося все саме так, як передбачав Син Божий [5]. В Ізраїлі, у глибокій западині лежить озеро Кіннерет, або Галілейське море. Розміри його середні: довжина 21 км, ширина 13 км, а глибина доходить до 45 м. З озера витікають декілька річок, у т.ч. священна річка Йордан, вода у якій прісна, смачна та цілюща, а на її березі б'ють гарячі мінеральні джерела. Їхніми лікувальними властивостями користувались ще давні римляни. На землях, що лежать навколо озера, проходила майже вся євангельська історія: саме тут Ісус ходив по воді, як по суходолу, а за рухом його руки припинялися буревії; у місті Табха, на березі Галілейського моря Ісус здійснив одне з своїх чудес – нагодував 5-ма хлібами та 2-ма рибами 5 тис голодних людей. Тут звучала Нагорна проповідь і були призвані апостоли, одним з яких був місцевий рибалка на ім'я Симон – майбутній святий Петро. Озеро Кіннерет багате на рибу, отже, недивно, що улюбленим заняттям місцевих мешканців ще за часів рибалки Симона було рибальство. Пам'ять про це зберіглася у назві ізраїльського міста Магдала-Нунай, що означає «місце засолки риби». Займалися рибальством і на батьківщині апостола Петра – містечку Капернаум. В озері нараховують біля 20 видів риб, з яких половина -промислові, тобто їх можна ловити сітками або на вудку. І всі вони їстівні. Але чи можна взнати, яку саме рибу спіймав святий Петро у біблійній притчі? Адже і сам апостол, і євангеліст Матфей про це не згадали.

Найчисленніша родина промислових риб озера Кіннерет – це тиляпії, які досягають у довжину 45 см і мають вагу біля 2 км. Друга група – кінерефські, або галілейські сардини, маленька рибка подібна до дрібного оселедця. Під час промислового сезону добовий вилов цієї риби складає декілька тон, а за рік - приблизно 1 тис тон. З давніх часів сардини маринують і солять. Третя група – барбуси, або вусачі. Барбус харчується молюсками, равликами, дрібною рибою. В довжину він може досягати 75 см, а важити – понад 7 кг. Страви з цієї риби в Ізраїлі споживають по суботах та інших святкових днях. Ще в Кіннереті водиться мінья – найбільша риба у цій водоймі, довжиною до 120 см, а вагою до 11 кг. Однак за Мойсеєвим законом, мінья вважалася нечистою, отже, навряд чи апостол Петро взявся б її ловити. Можна передбачити, що він спіймав тиляпію. Саме цю рибку під назвою «риба Святого Петра» у нас час подають в ресторанах, що розкидані по всьому узбережжю озера. Це одна з найпопулярніших страв: свіжоприготовлена тиляпія дуже смачна, в ній мало кісток, тому її легко і приємно їсти. Місцеві мешканці – рибалки стверджують, що тиляпія харчується виключно планктоном, тому і має такий гарний смак. Але це означає, що інші види корму її не цікавлять і тому навряд чи вона клюнула б на звичайну приманку. Тиляпію завжди ловлять сітками, отже вона не підходить на роль «риби святого Петра». Це саме можна сказати і про сардину, яка за величиною – мала і не змогла б втримати монету у роті. Залишається тільки барбус. Найімовірніше Петро піймав саме цю рибу. Підтверджують це і місцеві рибалки, які говорять, що з старих часів ловили на вудку саме цю рибу, яка є хижаком і харчується дрібними придонними створіннями. При цьому в якості наживки на ключок насаджують сардину.

На священних берегах озера Кіннерет залишились залишки стародавніх храмів. На одному з фрагментів мозаїчної підлоги у візантійській церкві IV ст. зображена картина з хлібами і двома рибами. А неподалеку, на самому березі на чорному базальтовому камінні стоїть маленька каплиця на честь апостола – святого Петра. Усе це притягує в ці місця туристів, при цьому в них є як пізнавальний, так і гастрономічний інтерес.

ЛІТЕРАТУРА

1. Біблійна географія // https://uk.wikipedia.org/

2. Логінов О. Дива Мойсея // Загадки історії. 2018. №16. С.28-29.

3. Перехід євреїв через Червоне море та інші чудеса // http://hram.in.ua/

4. Тимофеєв М. Риба святого Петра // Загадки історії. 2018. №16. С.3.

5. Шауров Е. Полковий оркестр Єгови // Загадки історії. 2023. №3. С.3.

Мамотенко Д. Ю.
Національний університет «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ КРАЇН СВІТУ

Відмінною рисою міжнародного туристичного ринку є дуже висока конкуренція – перемагає та країна, яка має достатню кількість туристичних ресурсів, розгалужену туристичну інфраструктуру, може запропонувати різноманітні якісні туристичні послуги за диференційованими цінами та для забезпечення майбутніх запитів стимулюється та підтримується державно-приватним партнерством. Саме тому питання в оцінюванні рівня туристичної галузі стає важливим в такій конкурентній боротьбі між державами.

Згідно з даними ЮНВТО, понад 900 мільйонів туристів подорожували за кордон у 2022 році. Це вдвічі більше, ніж у 2021 році, хоча це лише 63 % від рівня до пандемії. Європа досягла майже 80 % від допандемічного рівня, прийнявши 585 мільйонів туристів у 2022 році. Африка та Америка відновили близько 65 % відвідувачів до пандемії, тоді як Азіатсько-Тихоокеанський регіон досяг лише 23 %. Також ЮНВТО зазначила, що кількість міжнародних прибуттів 2023 року може сягнути від 80 % до 95 % від допандемічного рівня. Досягнення такого рівня залежатиме від ступеня економічного спаду, поточного відновлення подорожей в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні та розвитку російського наступу в Україні. Однак більшість експертів (64 %) вважають, що міжнародний туризм не повернеться до рівня 2019 року, аж до 2024 року або навіть пізніше [2].

Оцінювання туристичної привабливості країн можна здійснювати декількома способами: суб'єктивний метод, який полягає у формуванні рейтингу беручи до уваги відгуки та думку самих туристів, які відвідали певні країну та скористалися закладами туристичної інфраструктури в деяких її містах чи населених пунктах; об'єктивний метод оцінювання полягає в розробці загально визначених критеріїв, які оцінюють стан розвитку туристичної галузі, і який можна застосувати до бідь-якої країни. Сьогодні найбільш визнаним показником щодо оцінювання рівня туристичної конкурентоспроможності країн світу є індекс розвитку туристичної галузі – TTDI (Travel & Tourism Development Index), який запровадили в 2021 році, він є вдосконаленою версією методики розрахунку індексу конкурентоспроможності туристичної галузі країн (The Travel & Tourism Competitiveness Index – TTCI). Раніше TTCI розраховувався як середнє арифметичне значення чотирьох субіндексів, які в свою чергу розраховувалися як середні значення своїх основних компонент. Згідно нової системи розрахунку,

TTDI бере в основу розрахунків значення основних компонент, тоді як субіндекси використовуються лише для групування показників за категоріями. TTDI складається на основі 18 критеріїв, серед них – розвиток подорожей та туризму, бізнес-середовище, безпека, здоров'я та гігієна, використання людських ресурсів та ринок праці, міжнародна відкритість, цінова політика та конкурентоспроможність, інфраструктура повітряного транспорту, соціально-економічна стійкість та інші.

Індекс розвитку туристичної галузі (TTDI) є інструментом прийняття рішень для бізнесу, уряду країн, міжнародних організацій та інших зацікавлених суб'єктів стосовно питань розвитку туристичної сфери, дозволяє прийняти обґрунтовані рішення стосовно інвестиційної діяльності та подальшої політики щодо розвитку туристичної галузі, містить унікальну інформацію про сильні сторони кожної країни та шляхи розвитку її туристичної галузі в довгостроковому періоді. До групи експертів та консультантів, що приймають участь у визначенні та розрахунку показників, які включаються в індекс розвитку туристичної галузі входять представники Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), Всесвітньої ради з подорожей та туризму (WTTC), ТихоокеанськоАзіатської туристичної асоціації (PATA), Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA), Університету Суррея, Bloom Consulting, JLL Hotels & Hospitality Group, Euromonitor International та інші.

За підсумками 2021 року (117 країн) уперше лідером рейтингу за індексом TTDI стала Японія. Друге місце списку посіли США, на третьому та четвертому рядку – Іспанія та Франція. До ТОП-10 також увійшли Німеччина, Швейцарія, Австралія, Великобританія, Сінгапур та Італія [1]. В рейтинг розвитку туристичної галузі TTDI 2021 року не ввійшли такі країни як: Алжир, Бруней, Буркіна-Фасо, Бурунді, Демократична Республіка Конго, Ефіопія, Есватіні, Гамбія, Гвінея, Гаїті, Іран, Ямайка, Ліберія, Мавританія, Мозамбік, Норвегія, Оман, Російська Федерація, Сейшельські Острови, Уганда, Україна, Зімбабве, Тайвань. Зазначимо, що індекс TTDI виступає вагомою основою для багатостороннього діалогу з метою розроблення відповідної політики та заходів на місцевому, національному, регіональному та глобальному рівнях.

Таким чином, індекс TTCI та новий індекс TTDI здійснюють дослідження за кожною складовою показника розвитку туристичної галузі, надаючи загальний «туристичний портрет» кожній країні. Такий рейтинг дозволяє проаналізувати сильні та слабкі сторони розвитку туристичної галузі в окремо взятій країні і за одним із «слабких» індикаторів здійснити аналіз, яким чином іншим країнам вдалося його покращити та отримати високу оцінку по ньому. Враховуючи особливості кожної країни, умови та фактори, які є привабливими для розвитку туристичної галузі, необхідно розробляти подальші стратегії розвитку, з використанням новітніх технологій та збереженням існуючих унікальних туристичних ресурсів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Travel & Tourism Economic Impact, 2021. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf (дата звернення: 28.04. 2023).

2. UNWTO World Tourism Barometer, 2023. URL: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-01/UNWTO_Barom23_01_January_EXCERPT.pdf?VersionId=_2bbK5Glwk5KrBGJZt5iNPAGnrWoH8NB (дата звернення: 28.04. 2023).

Смик О. С., Патра Л. М.
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,
м. Чернівці, Україна

СУЧАСНИЙ СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НЕЗВИЧАЙНИХ ГОТЕЛІВ ЄВРОПИ

Сучасний готельний ринок постійно змінюється та еволюціонує. У цьому контексті незвичайні готелі стають все більш популярними серед туристів, які шукають унікальні та незабутні враження під час своїх подорожей. Європа відома своєю багатошаровою культурою, багатством історичних пам'яток та різноманітністю архітектурних стилів, що створює благодатний ґрунт для розвитку незвичайних готелів. Вивчення сучасного стану, тенденцій та перспектив розвитку цього сегмента готельного бізнесу в Європі є актуальним, що дозволить виявити нові можливості та виклики для готельних підприємств.

Готельний сектор є важливою складовою галуззю господарства, яка забезпечує туристичну індустрію та сприяє розвитку економіки. Шлях до успіху полягає в постійному покращенні якості обслуговування, інноваціях та гнучкості у відповіді на зміни вимог клієнтів та ринкових умов. Готелі, які здатні адаптуватися та надавати унікальний та незабутній досвід, мають більші шанси залучити клієнтів і забезпечити стабільний розвиток.

Готельне господарство в Європі відіграє важливу роль у розвитку туристичної індустрії та сприяє залученню туристів з усього світу. Усе більше туристів шукають нестандартні та незвичайні готельні заклади, які виходять за межі традиційного проживання. Такі готелі пропонують своїм гостям неповторну атмосферу, унікальність та оригінальність, що створює незабутні враження та сприяє популярності місцевостей [3].

Готельний сектор є динамічною галуззю, що підлягає постійним змінам. Сучасний розвиток технологій та зміни відношень споживачів до готельних послуг вимагають від готельних комплексів постійного адаптування та інноваційного підходу.

Незвичайні готелі Європи є прикладом творчого мислення та здатності відповідати на змінні потреби клієнтів, які привертають увагу своєю унікальністю та оригінальним підходом до готельного досвіду, а саме: готель Icehotel в Швеції (Це перший в світі готель, який повністю збудований з льоду та снігу. Основна особливість Icehotel полягає у тому, що він будується з нуля щороку, на початку зими, команда художників, архітекторів та ремісників збирається, щоб створити новий готель зі свіжого

льоду); V8 Hotel в Німеччині (Відомий своєю тематикою, пов'язаною з автомобілями. Це ідеальне місце для автомобільних ентузіастів та шанувальників швидкості, оскільки кожен номер в готелі оформлений в стилі різних автомобільних марок та концепцій); Kakslauttanen Arctic Resort в Фінляндії (гості мають можливість насолодитися неперевершеними краєвидами Північного сяйва); Hotel Marqu s de Riscal в Іспанії (відрізняється своєю сучасною архітектурою та дизайном, зовнішня оболонка виконана у стилі деконструктивізму, з характерними вигинами, металевими плитами і яскравими кольорами); Das Park Hotel в Австрії (пропонує номери, створені з перетворених каналізаційних труб) та ін [2].

Ці готелі не тільки надають комфортне проживання, але і створюють особливий настрій та незабутні враження, що приваблює широку аудиторію.

Однак, готельний сектор також стикається з рядом викликів, включаючи зростаючу конкуренцію, нестабільність економічних умов та зміни в попиті. Для успішного розвитку готельного бізнесу важливо управляти якістю обслуговування, вдосконалювати процеси та використовувати інноваційні рішення. Також необхідно активно реагувати на зміни в суспільстві та ринкових умовах, адаптуватися до нових технологій та тенденцій.

Застосування технологій також відкриває нові можливості для готельного бізнесу. Інновації в онлайн-бронюванні, електронному ключі, системах автоматизації та вдосконалення обслуговування гостей можуть покращити ефективність і конкурентоспроможність готельних підприємств [1].

Зважаючи на потенційний розвиток готельного бізнесу, важливо також звернути увагу на сталість та екологічну відповідальність. Сучасні тенденції включають розумне використання енергії, зменшення відходів та впровадження зелених практик. Готелі, які активно приймають ці засади, можуть отримати переваги на ринку та забезпечити довгострокову стійкість свого бізнесу.

Таким чином, розвиток готельного сектору є складним процесом, який вимагає гнучкості, інноваційного мислення та уважного спостереження за змінами у вимогах споживачів та ринкових умовах. Успішні готелі повинні забезпечити якість обслуговування, реалізувати інноваційні рішення та зайняти особливу нішу на ринку. Окрім цього, сталість та екологічна відповідальність стають все важливішими факторами для забезпечення успіху у готельній галузі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Добрянська Н. А., Саркісян Г. О., Ніколюк О. В., Єланська К. В. Аналіз міжнародного ринку готельних послуг: проблеми і тенденції розвитку // Економіка харчової промисловості. 2021. Т. 13, вип. 4. С. 63-68

2. Незвичайні готелі світу [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://top-people.com.ua/articles/nezvichayni-goteli-svitu

3. Посохов І. Сучасний стан і структура європейського ринку готельних послуг [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://core.ac.uk/download/pdf/96102063.pdf

Заячук О., Талавера А.
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,
м. Чернівці, Україна

ДІЯЛЬНІСТЬ ЛОУКОСТ-АВІАКОМПАНІЙ НА РИНКУ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ЄВРОПИ

На сьогодні транспортна інфраструктура тісно повязана з індустрією туризму. Сучасний турист надто цінує час та комфорт, саме тому зростає попит на авіаперевезення з-поміж споживачів туристичних послуг. Однак, варто пам'ятати, що вартість також є в пріоритеті. Так у глобальному опитуванні GlobalData серед споживачів туристичних послуг (2021 р.) 58 % респондентів сказали, що доступність була найважливішим фактором при виборі відпочинку.

Висока вартість подорожей для туристів, які надають перевагу авіаперельотам за останні два десятиліття була значно знижена основним чином завдяки недорогими авіакомпаніями таким як LCC (лоукост-перевізники). Батьківщиною перших лоукостерів, які виникли у 60-хх рр. ХХ ст. є США. За короткий період часу (на початку 90-хх рр.) альтернативою для дорогих висококомфортабельних європейських авіаперевізників стали аналогічні американським дешеві європейські LCC. За останні десятиріччя ціни на авіаквитки суттєво знизились, а лоукостери забезпечили збільшення кількості рейсів, тим самим збільшуючи кількість туристичних відвідувань напрямків, пов'язаних із цими рейсами.

Зростання комерційного повітряного транспорту було тісно пов'язане з різними параметрами, такими як вищі доходи та нижча середня вартість рейсу. У 2015 році LCC становили близько 25 % усіх проданих місць в авіакомпаніях, однак, у 2023 р. ця частка зросла майже до 30 %. Добре відомо, що існує взаємозалежність між авіакомпаніями та глобалізацією: як традиційні, так і недорогі авіалінії сприяють глобальному розвитку міжнародних туристичних потоків.

Велику роль відіграють LCC на внутрішньо-регіональних ринках туристичних авіаперевезень. Зокрема, між внутрішньо-європейським туризмом і бюджетними авіакомпаніями, які пропонують багато різних напрямків у найбільш привабливі туристичні дестинації, що гарантує їм високий потік туристів, а відтак і значні прибутки. Нижча вартість авіаквитків вигідна для туризму, оскільки це означає, що споживачі, які зазвичай не могли б собі дозволити подорожувати, тепер мають таку можливість та заощадивши на вартості транспортних послуг більше коштів зможуть витратити у місці дестинації. Порівнюючи вартість авіаквитків,

до прикладу, на авіарейс «Варшава-Анталія», запропонований на ринку LCC Ryanair та традиційним авіаперевізником Lufthansa, лоукост-авіаперевізник має одназначну перевагу з різницею 51 % у ціні.

Сьогодні на європейському ринку авіаційних перевезень функціонує 30 LCC. Найбільш відомими є Ryanair, Wizz Air, Easy Jet, TUI Airways, Malta Air (Таблиця 1). Лідером серед низькобюджетних авіаперевізників на європейському туристичному ринку у 2022 р. є Ryanair. Ryanair заснована у Ірландії, має найбільшу кількість авіасуден та щоденно здійснює значну кількість польотів за популярними туристичними напрямками. Можна стверджувати, що цей авіаперевізник має феноменальну впізнаваність бренду у Європі.

Особливістю таких відомих LCC як Ryanair, Wizz Air є те, що в посадкових талонах відсутні номери місць, тобто пасажири можуть зайняти будь-яке вільне місце. Споживачі відзначають також, що лоукост-перевізники є альтернативою традиційним авіакомпаніям через економію часу, витрат та високу надійність.

Слід зазначити, що авіаринок України до повномасштабного вторгнення був надзвичайно привабливим для європейських лоукост-авіакомпаній, зокрема такі компанії як Ryanair, Wizz Air, Easy Jet заснували власні дочірні компанії. З-поміж 30 європейських LCC 16 були представлені в Україні. З аеропортів дев'яти обласних центрів здійснювались польоти провідних лоукост-авіакомпаній Європи.

Таблиця 1.

Найбільші євроепейські LCC

Назва LCC	Країна базування	К-сть авіапарку (од.)	Основні напрямки	Рейси з України (у довоєнний період)
Ryanair	Ірландія	439	Амстердам → Дублін; Афіни → Рим; Барселона → Мілан; Барселона → Рим; Барселона → Пальма Майорка	Київ, Харків, Львів, Одеса, Херсон

EasyJet	GB	330	Лондон Ґатвік → Амстердам; Амстердам → Лондон Ґатвік; Амстердам → Лондон Лутон; Лондон Лутон → Амстердам; Париж (Орлі) → Ніцца	Київ, Львів, Одеса, Харків, Дніпро, Вінниця, Чернівці
TUI Airways	GB	175	Манчестер → Канкун; Лондон Ґатвік → Канкун; Лондон Ґатвік → Боа-Віста; Бірмінгем → Хургада; Лондон Ґатвік → Шарм-ель-Шейх	Київ
EasyJet UK	GB	165	Лондон Станстед → Манчестер; Манчестер → Единбург; Белфаст → Ґатвік; Ґласґоу → Лондон Ґатвік; Хітроу → Единбург	-
Malta Air	Мальта	158	Лондон Хітроу → Мальта; Мальта → Мюнхен; Мальта → Рим; Мальта → Катанія; Амстердам → Мальта	Київ
Wizz Air	Угорщина	155	Лондон Лутон → Бухарест; Варшава → Лондон Лутон; Софія → Лондон Лутон; Будапешт → Лондон Лутон; Катовіце → Дортмунд	Київ, Львів, Харків, Запоріжжя

Глобальна тенденція LCC навіть призвела до того, що певну диференціацію лоукост авіаперевезень тепер можна спостерігати за такими показниками, як рівень обслуговування, що пропонується пасажирам (наприклад, «нічого зайвого» послуга Ryanair і відносно щедре обслуговування easyJet), а також враховуються сума та характер операційних витрат.

У Європі лоукостери продовжують агресивно діяти на туристичному ринку. LCC готові й надалі знижувати тарифи, щоб заповнити літаки. Такі компанії є суттєвою конкурентною загрозою для традиційних авіаперевізників з повним циклом послуг. Можна зробити висновок, що бюджетні авіакомпанії є рушійною силою конкуренції на європейському туристичному ринку авіаперевезень завдяки мінімізації витрат і пропозиції дешевих авіаквитків.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бейдик О. Географія діяльності бюджетних авіакомпаній Європи. Науковий вісник КНУ: Географія. Вип 1 (63), 2015. – С. 16-20.

РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНЕ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

Кілінська К. Й.
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, м. Чернівці, Україна

РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНЕ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ

Термін рекреаційно-туристичне природокористування (надалі РТП) часто трапляється в науковій літературі. Це цілісна система відносин «людина (суспільство) – довкілля (природа)», які формуються на певному етапі суспільного розвитку в процесі вивчення, освоєння, використання, перетворення, охорони та відтворення природних умов (ПУ) і природних ресурсів (ПР) території задля задоволення індивідуальних і суспільних рекреаційних потреб.

РТП базується на ключових положеннях, серед яких а) *обмеженість* самовідтворення та саморегулювання ПУ та ПР, б) *взаємозалежність та взаємообумовленість* зміни компонентів ПУ під впливом людини, в) формування *природно-рекреаційних, інфраструктурних, історико-культурних* територіальних комплексів рекреаційно-туристської спеціалізації на основі комплексоутворення природних і суспільних елементів (ресурсів).

РТП є важливою структурною компонентою процесів природокористування, значення якої зростає відповідно до зростання рекреаційно-туристичної діяльності.

Детальний огляд вітчизняної та зарубіжної наукової літератури вказує на неоднозначність та відмінності у розумінні сутності поняття РТП. *Рекреаційне природокористування – це комплекс заходів, пов'язаних з використанням природних ресурсів з метою оздоровлення людини, для відновлення її фізичного та психологічного самопочуття, розширення екологічного та культурного світогляду. Туристичне природокористування – складова (прикметник) рекреаційного, розширює сферу діяльності рекреації, формує видову різноманітність рекреаційного природокористування, динамічно видозмінюється, залежно від ПУ та ПР конкретної території.*

Функціональна структура РТП сьогодні висвітлюється на рівні економічної, соціально-культурної, медико-біологічної складових. *Економічна складова* забезпечує розквіт господарського комплексу регіонів України, які наділені значними рекреаційно-туристичними ресурсами, які забезпечують людину трудовою зайнятістю, покращують її фізіологічний (у рекреанта, після активного відпочинку, продуктивність праці зростає на 15-25 %) і матеріальний стан, є основою матеріального добробуту області, регіону, країни. Сутність функції полягає в отриманні економічного ефекту через функціонування рекреаційно-туристичних об'єктів, установ, підприємств. *Соціально-культурна* (менталітетна) *складова* виконує ті ж функції, що й економічна, однак вона наділена своїми властивостями: у першу чергу, це визначення пріоритетів формування сучасної обдарованої людини з позиції формування її значимості у соціумі, формування інтелектуального та культурного потенціалу засобами історичних рекреаційно значимих ресурсів території. *Медико-біологічна складова* відіграє особливе значення, так як саме від неї залежить набір рекреаційних послуг. Основними рекреаційними ресурсами прийнято вважати лікувальні мінеральні води, земляний віск, пелоїди, використання яких позитивно впливає на профілактику захворювання і здоров'я людини. Медико-біологічна рекреаційна складова наділена такою характерною ознакою, як активний відпочинок (участь у туристичних походах супроводжуються екстремальними умовами, сприяє зміні відчуття людини, активізує захисну здатність її організму; позитивний вплив активного відпочинку відчувається у психологічному розвантаженні, виникненні бажання повторного відпочинку, тощо).

До вказаних складових необхідно включити освітньо-виховну, політичну та природоохоронну. Значення *першої* полягає у пізнанні навколишнього світу людиною. Чим довше людина перебуває на природі, тим активніше формується відчуття її значимості для життя та діяльності. На основі процесу пізнання навколишнього природного середовища (НПС) формується освітньо-виховна функція у дітей, молоді, людей різної статевовікової структури. Цей аспект, у поєднанні з інтелектуальною діяльністю, має вагоме значення для формування екологічної свідомості: самосвідомість формується на основі власного досвіду та конкретних знань. *Друга* (політична) складова реалізується через міжнародні зв'язки, проекти, співробітництво та міжнародне партнерство в рекреаційно-туристичній галузі. Природоохоронна (*третя*) складова впливає на пріоритетність ведення рекреаційної діяльності на конкретних територіях. Рекреаційні території виконують є своєрідними буферами між природно-заповідними територіями та територіями, які використовуються у різних галузях господарства. Рекреаційна діяльність, як і будь-яка інша, здійснює вплив на НПС, власне НПС виступає повноцінним партнером людини в процесі рекреаційного природокористування.

Для ефективного розвитку та функціонування РТП необхідна реальна передумова формування рекреаційної галузі території – виявлення сприятливих ПУ та ПР для рекреаційно-туристичної діяльності.

Рекреаційно-туристична діяльність базується на використанні потенційних природних, історичних, культурних, архітектурних та ін. ресурсів. Головною ознакою рекреаційно-туристичних ресурсів виступає *генезис* (чисто *природні*, до яких людина не причетна у плані створення, але може їх використовувати і ті, що нею створені – антропогенні). У цьому аспекті виокремлюються три групи рекреаційно-туристичних ресурсів: 1) *природні*, визначаються як потенційний рекреаційний капітал (мінеральні води, рельєф, клімат, водні ресурси, рослинний покрив, ландшафтна структура, природоохоронні території); 2) *історико-культурні* рекреаційно-туристичні ресурси – антропогенні (пам'ятки історії, архітектури, біосоціальні (антропічні), заклади культури, ін.); 3) *інфраструктурні* рекреаційно-туристичні ресурси, створені працею людини для надання послуг (підприємства, призначені для прийому та обслуговування рекреантів і туристів). Таким чином під рекреаційними ресурсами розуміємо сукупність природних, антропогенних (і антропічних) об'єктів, придатних для оптимального функціонування РТП і створення рекреаційно-туристичного продукту.

Явкін В. Г., Мельник А. А., Слободян К. П.
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,
м. Чернівці, Україна

ГЕОРИЗИКИ РЕКРЕАЦІЙНОГО ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ В КАРПАТАХ

Принципи розселення та форми населених пунктів в Карпатах строго підпорядковуються певним геоморфологічним вимогам. Концентричні форми належать селищам та селам що виникли та розвинулися у гірських котловинах (Верховина, Ворохта тощо). Найбільш поширеною формою є «стрічкова», що протягається вздовж річкових русел, за якою сформувалися більшість поселень в Карпатах. Головною небезпекою для забудов в цих селах є катастрофічні паводки та селеві потоки. На схилах гірських хребтів ще зберігається «хуторянський» тип розселення. І хати традиційної забудови, і тим більше сучасні проекти задля продуктів ринку послуг гостинності постійно знаходяться під загрозою руйнувань від інтенсивних зливових дощів та супутніх селевих потоків.

Будови, добудови і перебудови закладів розміщення: поняття специфіки будівельних норм і правил. Найдорожчою складовою проекту будови в Карпатах є витрати на захист від георизиків, що одночасно є найменш помітною споживачем. Тому господар чи забудовник не використовує вимоги БудНіП і це загострює небезпеки в практиці будівництва закладів розміщення: готелів, міні-готелів, садиб цільового та супутніх (вторинних забудов) туристичного призначення.

Особливо небезпечним є явища, коли для здешевлення вартості будівництва поширеним є аматорство, непрофесійний підхід до вибору проекту будинку (рекламні, інтернет пропозиції), що супроводжується споживчим пріоритетом архітектурного дизайну, в більшості випадків без належної уваги до безпекової складової.

Серед усіх відомих природних катастроф для Українських Карпат, особливо в місцях де розташовуються сучасні локалізації закладів розміщення гірськолижних курортів чи комплекси садиб сільського зеленого туризму є прояв інтенсивних злив малої ймовірності походження (1-3 %) локального чи регіонального масштабу. Тому, на наш погляд, варто виокремити з структурних складових системи георизиків інтенсивні опади суттєвого часового інтервалу (3-9 днів), що формують катастрофічні паводки в басейнах приток Тиси, Прута, Дністра або ж, у випадку їх суттєвої локалізації, навіть селеві потоки. Затоплення розташованих вздовж дна долини житлових об'єктів, автошляхів, мостових переходів тощо є безумовно несприятливим проявом ефекту паводку.

Але основний руйнівний ефект має інші причини. Високі придонні швидкості паводкового потоку гірської річки включають в транспорту-

вання наносів донні відклади гравійно-галькових утворень. Інакше кажучи, в певний момент руйнують, на перший погляд, стабільне дно річки. Нічого б не сталося, якщо б на місце того руслового матеріалу, що включився в транзит потоку відклалися б їх попередники, то вертикальна ерозія була незначною.

Але, для розбудов житлових об'єктів чи фрагментів інфраструктури всього населеного пункту вкрай необхідні будівельні матеріали, наприклад – кар'єрна розробка руслової гравійно-галькової суміші. Остання вибирається будівельниками під час межені. Отже паводок формує інтенсивні вертикальні руслові деформації. Наслідком яких є і горизонтальні (планові) руйнування. І це вже приводить до катастрофічних наслідків практично на більшості ділянок усіх карпатських річок.

Руйнівна сила селевого потоку в десятки разів перевищує енергію звичайного річкового потоку. Потужність селевого потоку прямо залежить від похилу поверхні складу твердого матеріалу. На відміну від річкового (схилового) паводку тверда складова суміші цього потоку суттєво більша за водну. Відповідно негативні наслідки в осередках селеформування є найбільшими.

Кузик І. Р., Скоцеляс О. В.
Тернопільський національний педагогічний університет ім. В. Гнатюка, м. Тернопіль, Україна

ОЦІНКА РЕКРЕАЦІЙНОЇ ЄМНОСТІ БЛАКИТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ МІСТ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Природно-рекреаційні ресурси міст охоплюють території природно привабливі, які за властивостями природного середовища, призначенням і станом ландшафтів можна розглядати як потенційні ресурси рекреації та оздоровлення. Вони виконують важливі функції із відновлення фізичних і психічних сил, контакту з природою для мешканців міста шляхом зміни середовища перебування, спортивних і рекреаційних занять, піших і велосипедних мандрівок. Насамперед, це стосується територій, які розташовані поблизу водних об'єктів (річок, озер, водосховищ, ставків тощо) [1].

В організації відпочинку особлива роль належить водним об'єктам. Саме на берегах водойм розміщуються відпочинково-рекреаційні комплекси, які використовують для пляжного, сімейного відпочинку, купання у літню пору, водного спорту та рибальства [1]. Водні ресурси є надзвичайно важливою невід'ємною складовою природних рекреаційних ресурсів території. Яскравим підтвердженням цього є дані соціологічних досліджень, які свідчать, що відпочинку біля води надають перевагу до 65 % населення міст [2, с. 339].

У випадку якщо водні об'єкти, виконують рекреаційні функції, використовуються для купання та відпочинку, розраховується їх екологічно допустима рекреаційна ємність. Визначення величини екологічно допустимої рекреаційної місткості відпочиваючих на водних комплексах проводиться за формулою: $W_o = (S_o / N_н) \times K_н$, де W_o – екологічно допустима місткість водного об'єкту, осіб; S_o – площа водойми, га; $N_н$ – нормативний коефіцієнт навантаження (0,02 га/особу); $K_н$ – понижуючий коефіцієнт навантаження на водний об'єкт (0,2) [3].

До блакитної інфраструктури міст Тернопільської області, яку можна використовувати із рекреаційною метою, ми віднесли озера, ставки та штучні водосховища. Аналіз структури земельних угідь міських населених пунктів Тернопільщини показав, що на досліджуваних територіях озера відсутні, тому при визначенні рекреаційної ємності водойм ми враховували лише ставки та водосховища (табл. 1).

Таблиця 1

Блакитна інфраструктура міст Тернопільської області

Місто	Ставки, га	Водосховища, га	Загальна площа водойм, га	Рекреаційна ємність водойм, осіб
Бережани	-	252,6	252,6	2526
Борщів	6,4	-	6,4	64
Бучач	5,5	-	5,5	55
Копичинці	2,0	8,0	10,0	100
Хоростків	127,3	-	127,3	1273
Збараж	-	22,8	22,8	228
Зборів	62,3	-	62,3	623
Монастириська	15,0	-	15,0	150
Скалат	35,7	-	35,7	357
Підгайці	8,0	-	8,0	80
Теребовля	-	21,4	21,4	214
Тернопіль	20,7	300,0	320,7	3207
Чортків	9,3	-	9,3	93

Аналіз водного фонду міст Тернопільщини показав, що у Заліщиках, Кременці та Почаєві водойми відсутні. У цих населених пунктах землі під водою зайняті лише природними водотоками (річками та струмками). Найбільше земель блакитної інфраструктури є у містах Тернопіль, Бережани та Хоростків, за рахунок водосховищ які створено у цих населених пунктах. Відповідно найвищою рекреаційною ємністю характеризуються водойми міст Тернопіль – 3207 осіб, Бережани – 2526 осіб та Хоростків – 1273 особи. Найменше ставків і водосховищ, а відповідно і найнижча рекреаційна ємність блакитної інфраструктури у Бучачі, Борщові, Підгайцях та Чорткові.

Згідно науково обґрунтованих норм, у «піковий» період, 40 % населення міста потребують рекреаційних територій для відпочинку та оздоровлення. В країнах помірного клімату із цих 40 % міського населення 75 % проводять короткочасний відпочинок у лісі, 25 % – біля води. Тобто, у країнах помірного клімату, мінімум 10 % населення міста повинно мати можливість одночасного відпочинку на воді [3].

Відповідно до розрахованої рекреаційної ємності (табл. 1) блакитної інфраструктури міст Тернопільщини, найбільш забезпеченими можливістю відпочинку біля води є мешканці Хоросткова (17,3 % населення),

Бережан (14 %) та Зборова (10 %). Менше 1% населення міст Чортків, Бучач і Борщів (рис. 1) мають можливість одночасно відпочинку на водоймах.

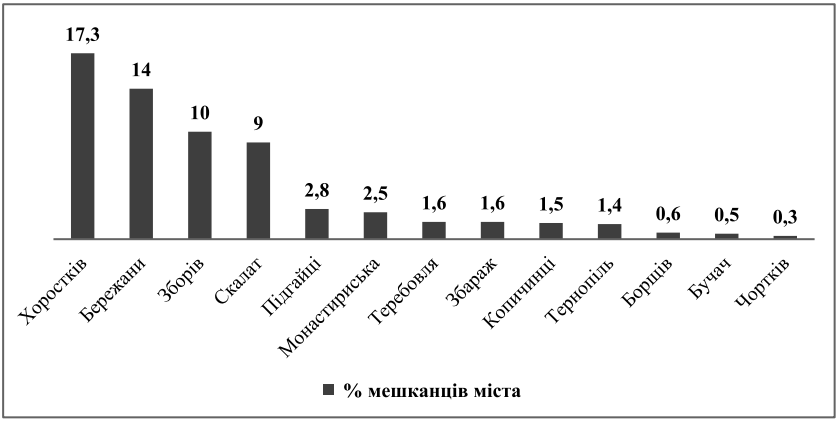


Рис. 1. Забезпеченість можливістю відпочинку на водоймах мешканців міст Тернопільської області

Отож, в ході проведеного дослідження встановлено, що загальна рекреаційна ємність блакитної інфраструктури міст Тернопільської області становить 8970 осіб. Найвищою рекреаційною ємністю характеризуються водойми міст Тернопіль, Бережани і Хоростків. Водночас забезпеченість населення можливістю відпочинку на водоймах найвища у містах Хоростків, Бережани і Зборів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Біла Т. Аналіз природно-рекреаційного потенціалу приміської зони Львова. Вісник Львівського ун-ту. Серія географічна. 2013. Вип. 46. С. 28-36.

2. Природні умови та ресурси Тернопільщини. За заг. ред. М.Я. Сивого, Л.П. Царика. Тернопіль: ТзОВ: «Терно-граф», 2011. 512 с.

3. Районная планировка. Под ред. В.В. Владимирова. 1986. 325 с.

Крупа О. М., Боруцька Ю. З.
Львівський національний університет природокористування,
м. Львів, Україна

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИКОРИСТАННЯМ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Туристично-рекреаційні ресурси являються підґрунтям для активного відпочинку людей і фундаментом для індустрії туризму, яка є однією із ключових сфер нематеріального виробництва. Це зумовлено їхньою безпосередньою участю у розширеному виробництві туристичного продукту, масштаби якого визначаються обсягом наявних активів, запасів, внутрішніх резервів туристичних організацій, а також природно-соціальними умовами.

Особливе місце у структурі туристично-рекреаційних ресурсів займають об'єкти природно-заповідного фонду, до яких відносяться національні парки, природні заповідники та заказники. Адже, згідно норм Закону України «Про природно-заповідний фонд України», національні природні і регіональні ландшафтні парки є не лише природоохоронними, але й рекреаційними та культурно-освітніми установами [1]. Законом передбачено виокремлювати спеціальні зони (стаціонарної та регульованої рекреації) для забезпечення розвитку різних видів активного туризму (пішохідного, гірського, велотуризму, кінного туризму, «фотосафарі»). Об'єкти природно-заповідного фонду належать до категорії природно-антропогенних туристично-рекреаційних ресурсів, які мають природне чи антропогенне походження.

Принцип соціо-еколого-економічної збалансованості та екологічності природокористування визначають критерії сталого розвитку туристично-рекреаційних об'єктів. Його реалізація у контексті «зеленої економіки» та «сталого розвитку» передбачає створення умов для подальшого розвитку екологічного туризму, сільського зеленого туризму, активного туризму.

Екологічний туризм, зокрема, спрямований на відвідування туристами незайманих антропогенним впливом територій, підвищення екологічної культури туристів та створення умов для отримання економічних вигод місцевими громадами та підприємцями від заходів з охорони довкілля [2, с. 160]. Цей вид туризму тісно інтегрується з такими різновидами як агротуризм, сільський зелений туризм, спортивний туризм,

етнографічний туризм і базується на автентичних та унікальних місцевих продуктах. Вітчизняний та зарубіжний досвід засвідчує, що екологічний та сільський зелений туризм забезпечують збереження природно-рекреаційних зон територій, на яких він організований.

У Львівській області наявне широке різноманіття туристично-рекреаційних ресурсів: лісових, мінеральних, ландшафтних, водних, гідрологічних, об'єктів історико-культурного та природно-заповідного фонду. Основним завданням управління цими ресурсами на рівні місцевих громад стає належне облаштування туристичних маршрутів (велосипедних, кінних, пішохідних); забезпечення збереженості та доступності об'єктів природничої спадщини та еко-туристичних атракцій; інформаційно-рекламне забезпечення, просування природної спадщини Львівщини на ринку туристичних послуг [3].

Реалізація місцевими громадами проєктів створення мережі шляхів активного екологічного туризму та туристичної інфраструктури з метою запобігання пошкодження природних комплексів може забезпечити значний економічний та соціальний ефект. Адже зростатимуть туристичні потоки, а разом із ними туристичний збір, інші види податків та зборів. Також це створить умови для розвитку різних видів підприємництва: послуги гідів і провідників маршрутами; атракційні послуги; продаж сувенірів, локальних продуктів (гриби, ягоди, мед, сири), страв місцевої кухні тощо.

Відкриття територіальної громади як нової дестинації для подорожей, рекреації, дозвілля та часопроведення забезпечить впізнаваність території, її присутність в інформаційному та цифровому просторі – ЗМІ, соціальні мережі, пабліки, канали для комунікації, тощо. Це також сприятиме сталому потоку туристів та комплексному соціально-економічному розвитку громади.

У Львівській області важливо максимально реалізовувати ресурсний потенціал Карпат, природного заповідника «Розточчя», національних природних парків. Поряд із існуючими видами активного туризму на цих територіях доцільно розвивати такі його види як пара- і дельтапланеризм, сплави на байдарках рівнинними річками, «скандинавська ходьба», оздоровчий туризм та інші.

Важливим принципом управління туристично-рекреаційними ресурсами регіону є забезпечення їх доступу для соціально-незахищених верств населення, маломобільних груп людей (інвалідів, вагітних, людей похилого віку) – інклюзивних туристів. Оскільки внаслідок війни зростає кількість людей з фізичними та моральними травмами актуалізується значення залучення певних видів ресурсів для розвитку інклюзивного та реабілітаційного туризму. Туристично-рекреаційні умови Львівщини, де наявні базові заклади санаторно-курортного лікування, облаштовані відпочинкові зони, цілющі природні комплекси забезпечують усі передумо-

ви для розвитку зазначених видів туризму.

Управління використанням туристично-рекреаційних ресурсів передбачає застосування системи методів та інструментів що забезпечують моніторинг і контроль стану природних та туристично-рекреаційних ресурсів регіону, показників екологічної безпеки, а також розробку заходів щодо запобігання виникненню екологічних ризиків та подолання їх наслідків при здійснення господарської діяльності у сфері туризму та рекреації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Про природно-заповідний фонд України: Закон України від 16.06.1992. №2456-XII. Відомості Верховної Ради України. 1992. №34. Ст. 502. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-12#Text (дата звернення: 17.04.2023).

2. Нодь О. Формування стратегічних орієнтирів збалансованого регіонального розвитку галузі туризму та курортно-рекреаційної сфери. дис. … к-та ек. наук. Одеса, 2022. 205 с.

3. Стратегія розвитку Львівської області на період 2021-2027 років. URL:https://loda.gov.ua/documents/49999 (дата звернення: 26.04.2023).

Іванунік В. О., Легуняк І. В.
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,
м. Чернівці, Україна

ВПЛИВ ЗМІНИ КЛІМАТУ НА МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ

В туристичній сфері клімат відіграє важливу роль. На сьогоднішній день, глобальне потепління неабияк впливає на найбільш популярні туристичні напрямки, у вигляді: збільшення площ пожеж, повеней, тощо. Також, потрібно враховувати, що на привабливість туристичних дестинацій впливає проблема скорочення біорізноманіття, забруднення води та повітря. Зміна клімату безпосередньо впливає на туризм загалом і на окремі його галузі, що позначається на прибутках людей, задіяних у цій сфері. Ситуація з кожним роком змінюється і, на жаль, не в кращу сторону [1].

Туризм має сильний вплив на навколишнє середовище і клімат, зокрема, через викиди CO_2 від авіаперельотів. За попереднє століття середня температура підвищилася більш ніж на 0,5° С. Потепління в XX ст. було найбільш швидким серед усіх періодів, за які існують дані, а 1990-ті роки були найтеплішим десятиліттям останнього тисячоліття. З початку промислової революції величезна кількість вуглекислого газу та інших парникових газів була викинута в атмосферу внаслідок спалювання вугілля та нафти, і в меншій мірі газ [3].

Природне середовище та кліматичні умови дуже важливі для визначення привабливості регіону, як місця відпочинку. Хоча дослідження впливу зміни клімату на туризм все ще знаходяться в початковій стадії, загальновизнано, що це матиме значні наслідки для туристичної індустрії. Постійний успіх міжнародного туризму тісно та симбіозно пов'язаний з збереженням та примноженням ресурсів навколишнього середовища. Міркування управління навколишнім середовищем є широким та дуже різноманітним: від запобігання затоплення берегів та ерозії та збереження водних ресурсів до боротьби з лісовими та чагарниковими пожежами та збереження вразливої флори та фауни.

За даними міждержавної групи експертів із зміни клімату, впродовж останніх 30 років температура стрімко підвищувалася. А до кінця століття температура земної поверхні, за прогнозами, підвищиться на 1,5-2,0 градуси, що може привести до частіших і триваліших хвиль тепла, частих дощів в місцевостях з вологим кліматом і до більш рідкісних в посушливих регіонах [3].

В океани потрапляє дедалі більше тепла. У 2018 році зафіксовано

найбільше океанських значень теплоти, виміряних за верхніми 700 метрами. Опади в деяких регіонах зросли, а в інших зменшились. Теплові хвилі представляли найбільшу метеорологічну небезпеку в період 2015–2019 років, торкнулися всіх континентів і призвели до нових температурних рекордів у багатьох країнах. Це супроводжувалося безпрецедентними пожежами, що сталися, зокрема, у Європі, Північній Америці, Австралії та інших регіонах. Під час літнього періоду 2019 р. відбулися масштабні пожежі, що розширилися до арктичних регіонів, встановивши нові рекорди [2].

Для туризму зміна клімату не є віддаленою подією, а явищем, яке вже впливає на сектор і конкретні туристичні напрями, зокрема гірські райони та узбережжя. Зміна погодних умов у пунктах прибуття і окремо у країнах, туризм яких знаходиться у стані розвитку, може суттєво вплинути на рівень комфорту в місці розміщення та загалом на визначення місця прибуття туриста. Зміна структури попиту і туристичних потоків відобразиться на бізнесі, пов'язаному із туризмом, і благополуччі приймаючої сторони. Також це може мати вплив на суміжні галузі, такі як сільське господарство, ручне виробництво, будівництво.

ЛІТЕРАТУРА

1. Біла, К., Влодарчик, Т. Зміна клімату і туризм. URL: http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/18855/1/287.pdf

2. Зміна клімату: наслідки та заходи адаптації: аналіт. доповідь / [С.П. Іванюта, О. О. Коломієць та ін.]; за ред. С. П. Іванюти. Київ : НІСД, 2020. 110 с. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-10/dop-climate-final-5_sait.pdf

3. Maureen D. Agnew, Viner, D. (2001). Potential impacts of climate change on international tourism. URL: https://www.jstor.org/stable/23743849

Смик О. С., Георгійчук О. О.
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,
м. Чернівці, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

В останні роки ринок готельного сервісу став дедалі більш конкурентним, що вимагає від готелів дотримання високих стандартів обслуговування та надання клієнтам різноманітних послуг, включаючи анімаційну діяльність. Вона включає в себе широкий спектр заходів та подій, які покликані забезпечити належний рівень відпочинку та розваг для гостей. Під терміном «види анімаційної діяльності» розуміють сукупність форм культурно-дозвіллєвого процесу, що мають близький за змістом, жанром і засобами виразності характер. Формування цих видів базується на різноманітних інтересах і потребах туристів: індивідуальних, групових та масових.

Анімаційна діяльність у готелях є важливим елементом туристичного продукту та передбачає організацію розважальних програм, конкурсів, екскурсій та інших заходів для відвідувачів готелю. Вона не тільки забезпечує розваги для туристів, але й сприяє створенню приємної атмосфери, збільшенню задоволення від відпочинку та підвищенню рівня лояльності клієнтів до готелю [1].

Анімаційна діяльність в готелях може впливати на репутацію готелю та задоволеність гостей: по-перше, анімація може стати причиною більшої популярності готелю серед туристів, що може позитивно вплинути на репутацію готелю. Готелі, які надають якісну та різноманітну анімаційну програму, зазвичай збирають більше позитивних відгуків в соціальних мережах та на туристичних сайтах, що може збільшити зацікавленість туристів у перебуванні в готелі; по-друге, анімаційна діяльність може позитивно вплинути на задоволеність гостей та стати причиною повернення до готелю в майбутньому. Анімаційні заходи можуть забезпечити додатковий комфорт та розваги для гостей, що може позитивно вплинути на їх настрій та загальне враження від перебування в готелі. Гості можуть також відчувати, що готель прагне забезпечити їм максимальний комфорт та задоволення, що може зробити їх більш задоволеними та більш схильними повернутися до готелю в майбутньому [3].

Анімаційна діяльність в готелях є важливою складовою сучасного гостьового сервісу. Розваги та розважальні заходи, які надає готель, не менш важливі для клієнтів, ніж комфортні номери та якісне харчування. Серед найбільш важливих шляхів вдосконалення та тенденції розвитку анімаційної діяльності в готельному бізнесі можна виділити: підвищення кваліфікації персоналу, який займається організацією анімаційних заходів; розробка та впровадження нових технологій та програм для проведення анімаційних заходів, що дозволить покращити якість та різноманітність заходів; залучення професійних аніматорів та спеціалізованих компаній для розробки та проведення анімаційних заходів; розвиток інтерактивних технологій та використання віртуальної реальності для створення нових форм анімаційної діяльності; запровадження екологічних концепцій у проведенні анімаційних заходів, що дозволить підтримувати екологічно чисте середовище та залучати увагу еко-орієнтованих гостей; впровадження програм лояльності для гостей, які беруть участь у анімаційних заходах, що може позитивно вплинути на їх задоволеність від перебування в готелі та збільшити лояльність до готелю [2].

Зростаюча тенденція анімаційних подій у готельному бізнесі полягає у використанні новітніх технологій і переході до більш інтерактивних та персоналізованих форматів подій. Однією з найбільш перспективних тенденцій є використання віртуальної реальності для створення інтерактивних та реалістичних сценаріїв анімаційних подій.

Також важливо звернути увагу на індивідуальні потреби гостей і забезпечити різноманітність і персоналізацію анімаційних заходів. Для цього потрібно використовувати спеціалізовані програми та інструменти для збору та аналізу даних про інтереси та побажання ваших гостей. З огляду на зростання конкуренції в готельній індустрії, надання якісних анімаційних послуг може стати фактором, що вирішує вибір готелю гостем [3].

Грамотно організована анімаційна робота є критерієм успіху туристичного заходу та основною умовою ефективної роботи готельного підприємства. Правильно організована анімація не залишає гостя без належної уваги, а це означає, що він постійно займається тим видом дозвілля, який приносить йому задоволення, викликає позитивні емоції, створює гарний настрій і стимулює бажання повернутися до готелю знову.

Отже, анімаційні заходи є важливою частиною готельного бізнесу, оскільки вони допомагають залучити туристів, збільшити продажі та підвищити рівень задоволеності клієнтів. Щоб досягти успіху в анімаційній діяльності, з одного боку, ми повинні дотримуватися концепції організації, з іншого боку, ми повинні збільшити обсяг ексклюзивних та різноманітних анімаційних послуг, щоб постійні клієнти могли повертатися неодноразово та залучати увагу потенційних відвідувачів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ільтьо Т. І. Розвиток та впровадження анімаційної діяльності в готельному господарстві на українському і світовому ринках. – Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. – Випуск 6. 2015. – С. 174-178. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://global-national.in.ua/archive/6-2015/35.pdf

2. Кравець О. М., Байлик С. І. Організація анімаційних послуг в туризмі: навч. посібник; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. – 335 с.

3. Маховка В. Сутність та значення анімації в сучасній туристичній діяльності [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://reposit.nupp. edu.ua/bitstream/PoltNTU/9093/1/.pdf

Колодій С. В, Зарубіна А. В.
Центральноукраїнський державний університет імені Володимира Винниченка,
м. Кропивницький, Україна

ДО ПИТАННЯ ВИВЧЕННЯ ІСТОРІЇ РОЗВИТКУ СПОРТИВНОГО ОРІЄНТУВАННЯ

Спортивне орієнтування – це не просто складова спортивного туризму, це один із видів активної рекреації, що надає можливості бути здоровим, пізнавати світ, спілкуватися з природою та приємними людьми, розвиватися інтелектуально, духовно і фізично, а також відчувати азарт змагань. Крім того, даний вид не має практично вікових обмежень та характеризується різними способами пересування (бігом, на лижах, на велосипедах, на інвалідних колясках тощо).

Недалеко від Стокгольма (Швеція), на скелі, як на постаменті, стоїть людина з картою в руках, а трохи нижче розташований надпис: «Першому орієнтувальнику». Вважалося, що саме тут, в курортному містечку Сальтшебадені, 25 березня 1919 р. відбулися перші масові змагання по орієнтуванню. Перші не тільки в Швеції, але і у всьому світі .Проте офіційною датою народження орієнтування вважається інший день – 13 травня 1897 р., коли біля Норвезького міста Бергена спортивне суспільство «Турферренінг» організувало перші змагання в бігу з картою і компасом. Але, шведи, затверджуючи свій пріоритет, наводять дані про те, що ще раніше, в 1845 р. генеральний штаб Швеції налагодив випуск нових топографічних карт великої точності, за допомогою яких орієнтуванню навчалися військовослужбовці. Армійські заняття практичною топографією призвели до перших змагань в 1893 р., метою яких було «дістатися до фінішу в умовах незнайомої місцевості» [1]. Масового характеру змагання набули лише в 30-і роки XX століття, в першу чергу в Скандинавських країнах. Збільшується кількість змагань, які проводяться окремо для спортсменів-початківців і для досвідчених спортсменів, при цьому учасники почали розподіляються по багатьох вікових групах. Вводяться в практику нові види орієнтування – нічні, марафонські, естафетні. Любителі лісового спорту змагаються на мотоциклах, велосипедах, моторних човнах, байдарках. Регулярно починають проводитися курси для підготовки організаторів, суддів, начальників дистанцій, тренерів. Орієнтування широко впроваджується в систему фізичного виховання в школах, вищих навчальних закладах, армії. Видається популярна і учбова література з даного предмету. З'являються перші рідинні компаси – шведський «Сильва» і фінський «Суунто».

Загалом скандинавські країни і нині займають лідируючі позиції на міжнародних змаганнях, адже спортивне орієнтування займає вагоме значення серед інших видів порту та навіть включено в шкільну програму навчання [2]. Перевагою спортивного орієнтування як складово] туризму є те, що для організації змагань не є обов'язковою наявність спеціалізованих приміщень та майданчиків. Головною умовою є наявність якісної карти.

Останні роки в Україні збільшується кількість змагань з такого виду та розширюється географія проведення. Питання особливостей розвитку спортивного орієнтування в Кіровоградській області є актуальним, адже раніше ця тематика розглядалась лише з позицій виду спорту, який потребує специфічних вмінь та навичок і не враховувався його вплив на формування рекреаційно-туристичної діяльності суспільства та розвитку рекреаційно-туристичного потенціалу в регіоні, особливості його територіального поширення.

Перші офіційні змагання по спортивному орієнтуванню в нашій країні були проведені в 1963 році. Хоча ще в 1957 р. харківські туристи випробували так званий «закритий маршрут», виступаючи в програмі першотравневих туристських зльотів, які за традицією збирали в Коробчатих Хуторах, недалеко від Змієва. Розвиток спортивного орієнтування в межах Кіровоградської області має досить давню історію. Перші офіційні змагання зі спортивного орієнтування обласного рівня були проведені в 1964 році на маркованій дистанції в масиві Чорний ліс (м. Знам'янка). Цей же район став основою для створення першої спортивної карти в межах Кіровоградської області, яка офіційно використовувалась для змагань з 1969 р. (автор Пуда Н. В.).

Останні роки в Україні збільшується кількість змагань з такого виду та розширюється географія проведення. Особливої актуальності набував розвиток спортивного орієнтування з початком повномасштабної російської війни проти України. Навички орієнтуватися, читати карту, визначати азимут та знаходити пункти в незнайомій місцевості набули життєво важливого значення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Історія розвитку спортивного орієнтування // https://mcdut.at.ua/publ/3-1-0-1

2. Зарубіна А.В., Щербатюк Н.І. Спортивне орієнтування як складова рекреаційно-туристичного потенціалу Кіровоградської області/ / www.geolgt.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=244&Itemid=38&lang=uk

РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИЗМУ

Кілінська К. Й., Смик О. С.
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, м. Чернівці, Україна

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМУ В КАРПАТО-ПОДІЛЬСЬКОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ

За останні роки рекреаційна географія Карпато-Подільського регіону (надалі КПР) поповнилася новими видами відпочинку, лікування, туризму, різноманітними сферами послуг. Маючи потужні запаси природних лікувальних властивостей, унікальні соціально-культурні об'єкти споглядання регіон вже сьогодні займає перше місце в Україні за кількістю рекреантів і туристів. За теперішніх умов, коли Україна знаходиться в стані війни, при вмілому керуванні та правильному виборі соціально-економічних стратегічних орієнтирів розвитку, рекреаційно-туристичні ресурси здатні значно підвищити матеріальний рівень України, підняти престиж української землі, що наділена цілющими умовами для лікування та відпочинку місцевого населення, учасників бойових дій, переселенців.

Основна більшість рекреантів і туристів надає перевагу *району проведення відпочинку* – сільський, міський; *природним особливостям території*, що наділена властивостями відновлення фізичних сил – зелений, екологічний, сільський; відпочинку *за професійним спрямуванням* – бізнес туризм, економічний туризм, історико-культурний туризм. Історичні населені пункти та давні поселення доповнюють рекреаційну різноманітність території КПР. На її терені збереглися залишки давніх населених пунктів їх оборонні вали, скельні монастирі, печери з похованнями, костели, укріплення, цвинтарі, парки і палаци, та інші споруди. Комплекс унікальних об'єктів природного та господарського походження – печери слугують об'єктами спелеологічної туристичної діяльності.

Територія КПР належить до Подільсько-Буковинської та Передкарпатської карстових областей де зосереджено понад 130 карстових печер. Вони мають естетичне (зали-галереї багатоярусної будови), лікувальне значення (Солотвино), використовуються як підземні спелеопалати, де проводиться лікування астми, бронхіту та інших захворювань. Серед історико-культурної привабливості виділяються міста, що пов'язані з жит-

тям і діяльністю видатних людей, зокрема – Данила Галицького, Ярослава Осмомисла, Івана Вишенського, Маркіяна Шашкевича, Івана Франка, Соломії Крушельницької, Ольги Кобилянської. Їхня творчість слугує розвиткові *літературно-меморіального туризму*. До прикладу зазначимо, що в Українських Карпатах на державному обліку знаходиться більше 6-ти тисяч пам'яток історії, археології, мистецтва. На території КПР народилися, жили і працювали представники польської (А. Фредо, Г. Запольська), австрійської (К. Е. Ромер), угорської (Ш. Петефі, М. Мункачі), румунської (К. Емінеску), єврейської (Б. Шульц, Ш. Алейхем) культур, що є серйозним патріотичним і світоглядним стимулом для розвитку пізнавального та іноземного туризму. Найтрадиційнішим наразі видом туризму є екскурсійно-пізнавальний. Популярними маршрутами є високогірні райони Українських Карпат, які щорічно приймають 40 млн. відпочиваючих і туристів та 60 млн. туристів, які здійснюють в гори одно- і дводенні поїздки та походи.

Природно-заповідний туризм в контексті розвитку туризму виконує компромісну функцію. Він поєднує інтереси туристів в активному відпочинку на територіях природоохоронної категорії заповідності, стимулює до усвідомлення ними необхідності збереження цілісності і первинності навколишнього природного середовища. Ця філософська проблема практично реалізується на терені природоохоронних територій типу біосферний заповідник, національний природний парк і регіональний ландшафтний парк. Природно-заповідний туризм наділений аспектами вивчення, моніторингу, охорони рідкісних, ендемічних і зникаючих видів біоти. На даний час до Червоної книги України занесено 455 видів рослинного покриву і тваринного світу, що проростають та мешкають на території КПР. Це складає 49,3 % від загальної кількості видів рідкісної біоти Червоної книги України. Територія КПР характеризується найвищими показниками видової різноманітності рослинного покриву (65-70 %), що занесені до Червоної книги України. Серед них на першому місці знаходяться судинні, на другому – спорові, на третьому – трав'янисті види і підлісок. За показниками відсотку видів тварин, що мешкають у лісах до загальної кількості видів тварин регіону, які занесені до Червоної книги України, територія КПР займає друге місце (65-75 %), (після Волинського Полісся та Малого Полісся (понад 75 %).

Функціонально-правовий туризм відноситься до нових видів туризму. Він дозволяє знайомитися з формами і методами туристичного співробітництва держав-сусідів, відображає рівень усвідомлення спільності проблем і необхідності узгодження дій щодо їх розв'язання. Міжнародні угоди базуються на спільному вирішенні питань охорони природи та моніторингу. Прикладом слугує природний заказник «Стужиця» у Закарпатській області, що став для багатьох країн Європи спільним плацдармом до вивчення та формування перспективних міжнародних

природоохоронних програм. Українські Карпати наділені високим потенціалом рекреаційно-туристичної місткості. Площа використовуваних та зарезервованих для рекреації ландшафтів становить 616,7 тис. га, а їх разова місткість (при екологічно допустимих навантаженнях) оцінюється в 1434,7 тис. осіб. Показники обслуговування рекреантів наразі залишаються приблизними: існуюча воєнна ситуація, яка триває більше року призвела до переміщення значної кількості населення України зі сходу. Однак, наявні резерви освоєння рекреаційного потенціалу цілком достатні для забезпечення перспективного розвитку регіонального рекреаційного комплексу при умові зміни принципів його подальшого формування. За головні повинні бути виставлені *а*) здоров'я людини, *б*) інфраструктурне забезпечення, *в*) економічна ефективність рекреаційного освоєння. Враховуючи світовий досвід рекреаційного природокористування наразі важливо зберегти існуючу регіональну модель рекреаційної різноманітності, яка є продуктом природи і вікової творчості етносу, своєрідною «пам'яттю» про матеріальну і духовну культуру соціуму. Вона формує національну рекреаційну природно-господарську систему, що із покоління в покоління зберігає матеріальні та духовні цінності природного ландшафту, характерність та неповторність історичного середовища, сакральність, святість місцевих пам'яток архітектури, культових закладів, релігійних храмів.

Пацюк В. С., Гусарченко Н. В.
Криворізький державний педагогічний університет,
м. Кривий Ріг, Україна

РОЛЬ ЛОКАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ (НА ПРИКЛАДІ ТУРИСТИЧНОГО ЦЕНТРУ «КРИВБАСТУР»)

Сучасні виклики та трансформації туристичної діяльності на шляху до євроінтеграції України стимулюють детальний перегляд як місця туристичного сектору в житті різних громад, так і перспективи продовження та відновлення туристичної діяльності в післявоєнний період.

Збалансований розвиток туристичної сфери залежить не лише від кваліфікованого управління туристичною сферою країни, яке нині реалізується Державним агентством розвитку туризму, а й плідною діяльністю щодо активізації туристичних ресурсів на місцях. При цьому задля успішного розвитку туризму кожне місто та кожна громада повинна враховувати свої порівняльні переваги щодо становлення того чи іншого виду туризму.

Зокрема в місті Кривий Ріг ще в 2013 році прийнято Програму розвитку промислового туризму, яка декларує пріоритетність розвитку саме цього виду.

Першою організацією, яка на бізнес-засадах долучилася до реалізації даної програми є туристична агенція «Кривбастур», яка була заснована в 2016 році. Основним напрямом діяльності даної організації є розвиток індустріального туризму в Кривому Розі, відповідно, її можна визначити першою, яка має подібну спеціалізацію в Україні. Звісно, рівень сформованості інтересу до індустріального туризму як в Кривому Розі, так і в Україні ще не є достатньо промоційованим і, відповідно, це не дозволяє формувати сталий туристичний потік. Тому дана організація паралельно займається організацією екскурсійних турів до регіонів України та турів наближених до Кривого Рогу, кемпінгових турів, туристичних походів як Україною, так і за кордон. В той же час, головний акцент робиться саме на розвиток індустріального туризму.

Нами було систематизовано інформацію щодо екскурсій, здійснених даною організацією в межах міста Кривий Ріг.

Таблиця 1.

Загальна статистика екскурсій, організованих туристичним центром «Кривбастур» з 2016 по 2022 рік

Роки	Тип екскурсії						Разом екскурсій	Кількість екскурсантів				
	Пішохідна	Автобусно-пішохідна	Автобусна	Автомобільна	Водна	Інше		Разом	з інших міст	%	з інших країн	%
2016	70	81	22	16	6	2	197	4545	764	16,8	115	2,5
2017	83	134	35	33	4	4	294	6170	1707	27,6	179	2,9
2018	102	111	54	31	12	-	410	5709	1099	19,3	191	3,3
2019	67	76	50	12	16	3	224	4156	786	18,9	73	1,8
2020	81	3	19	11	21	1	136	1925	323	16,8	11	0,5
2021	70	-	53	41	-	7	171	2926	782	26,7	29	1,0
2022	10	1	7	1	-	-	19	349	40	11,5	1	0,3
Разом за вказаний період	483	406	240	145	59	17	1451	25780	5501	21,3	599	2,3

Як видно з даної таблиці, пікові показники щодо екскурсій містом були зафіксовані в 2018 році, це обумовлено тим, що перші роки свого існування діяльність даної організації була спрямована виключно на розвиток в'їзного локального туризму. Однак рентабельність існування вузькоорієнтованої організації в несформованій туристичній дестинації, якою є Кривий Ріг, обумовила необхідність розширення діяльності на організацію подорожей до різних регіонів України. До того ж, якщо «Кривбастур» розпочинав як свого роду монополіст на ринку екскурсій містом Кривий Ріг, то усвідомивши, що це має попит, активізувалися й інші організації міста, що також обумовило зниження кількості проведених екскурсій саме в межах міста.

Якщо аналізувати контингент відвідувачів, то поки загальна кількість відвідувачів з інших міст складає лише 21,3 % від загальної кількості, частка іноземців зовсім незначна 2,32 %. Однак ще 10 років тому Кривий Ріг взагалі не розглядався як перспективний туристичний центр і екскурсіями містом навіть містяни не цікавилися.

Аналіз тематики організованих екскурсій свідчить, що безумовним лідером за кількістю організованих екскурсій є екскурсія на кар'єр Південного ГЗК – 260 екскурсій (17,9 % від загальної кількості), на другому місці оглядова екскурсія містом – 126 (8,7 %). Серед пішохідних екс-

курсій найбільшою популярністю користуються екскурсії на Бурщицький відвал та на територію затопленого Карачунівського гранітного кар'єру – по 45 екскурсій (3,1 % від загальної кількості екскурсій кожна).

Загалом, туристичне агентство «Кривбастур» робить вагомий внесок у становлення туристичної сфери міста Кривий Ріг та покращення його іміджу. В подальшому даній організації необхідно сфокусувати увагу на більш активній та багатогранній промоції своїх маршрутів, що актуально здійснювати як наживо, беручи участь у туристичних виставках, форумах, презентаціях, а також долучаючись до супроводів інформаційних турів для туроператорів, так і в онлайн-форматі (розкрутка сайту, наповнення сторінок в соціальних мережах, тощо). Туристична організація може використовувати соціальні мережі для промоції регіону та власних туристичних послуг, а також для залучення нових туристів. Використання ефективних маркетингових стратегій, таких як просування особистого бренду засновника даної організації (ним є Володимир Казаков, якого у 2021 році було визнано найкращим туристичним гідом України за версією Ukraine Tourism Awards), та «сарафанне радіо» збільшує охоплення туристів та зацікавленість до регіону. Все це стимулює зростання потоку туристів та подальшу розкрутку нової туристичної дестинації, якою є Кривий Ріг.

Король О. Д.
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,
м. Чернівці, Україна

РЕЗИДЕНЦІЯ МИТРОПОЛИТІВ БУКОВИНИ І ДАЛМАЦІЇ: ВИКОРИСТАННЯ В ТУРИЗМІ ТА ПРОБЛЕМИ ПРОСУВАННЯ

Серед визначних пам'яток Чернівців особливе місце посідає архітектурний ансамбль Резиденції православних митрополитів Буковини і Далмації, побудований на місці старого єпископського палацу в 1864–1882 рр. Нині тут розташувались центральні корпуси Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Проект архітектурного ансамблю виконав відомий чеський учений, архітектор, академік Йозеф Главка. Він спроектував нетрадиційний комплекс споруд у дусі еклектики з переважанням елементів візантійського та романського стилів. Композиція ансамблю досить складна, але відзначається чіткістю планування. Вона складається з трьох монументальних споруд-корпусів: головного, духовної семінарії разом із церквою Трьох Святителів, пресвітерія.

Як видно на графіку (див. рис. 1), колишня резиденція митрополитів Буковини та Далмації є екскурсійним об'єктом, що активно використовується в туризмі та популярність якого неухильно зростала. Дані статистичного обліку екскурсантів Історико-архітектурного музейного комплексу ЧНУ (див. рис. 1), дозволяють виділити три періоди екскурсійної активності [1].

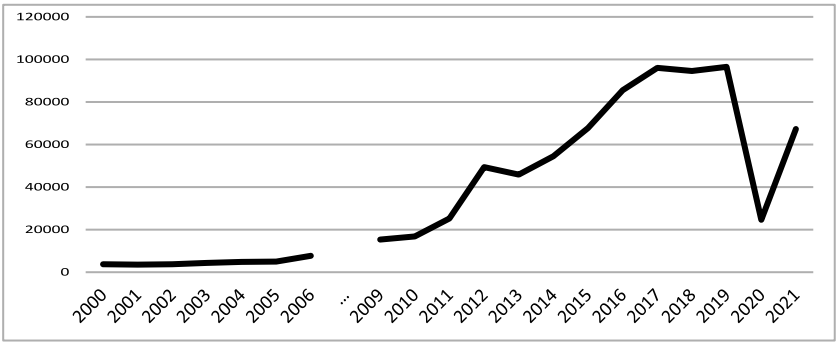


Рис. 1. Кількість екскурсантів за період 2000-2006, 2009-2021 рр., осіб*

*за 2007–2008 роки статистичні дані відсутні

Перший часовий відтинок був найтривалішим (2000–2017 рр.) і має закономірний характер, що описується математичною функцією. З 2012 р. він характеризується стрімким зростанням, що спричинене включенням колишньої Резиденції буковинських митрополитів до переліку світової спадщини ЮНЕСКО. Другий (2017–2019 рр.) був означений як період екскурсійної стагнації з незначною флуктуацією (2018 р.). Екскурсійна активність досягла своїх максимальних значень за весь період дослідження і впродовж даного часового відтинку залишалась приблизно на одному рівні. Третій період (2019–2020 рр.) відзначився різким зниженням кількості відвідувачів колишньої Резиденції буковинських митрополитів із наступним таким же динамічним зростанням (2020–2021 рр.), що було спричинене форс-мажорною обставиною світового масштабу – пандемією COVID-19.

Період стагнації, що намітився у 2017 році, примушує задуматися на проблемами просування цієї пам'ятки архітектури як об'єкта пізнавального туризму. До цих проблем належать:

- Відсутність веб-камер із виглядами на колишню резиденцію митрополитів Буковини та Далмації
- Відсутність підсвічування фасадів цього архітектурного ансамблю в темний час доби
- Відсутність туристичного бренду колишньої резиденції митрополитів Буковини та Далмації
- Відсутність туристичного сайту колишньої резиденції митрополитів Буковини та Далмації
- Відсутність туристичного інформаційного центру на території колишньої резиденції митрополитів Буковини та Далмації.

Запровадження останнього заходу дозволить просувати не лише саму пам'ятку ЮНЕСКО, але й м. Чернівці, як дестинацію пізнавального туризму.

ЛІТЕРАТУРА

1. Korol, O., Krul, H., Zayachuk, O., Kostash, M. (2023). Methodical approaches and statistical analysis of tourist arrivals to the centers of sightseeing tourism (on the example of Chernivtsi, Ukraine). Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego [Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society], 37(2), 84-104. Published 2023-06-30.

Демчук О. А., Єрко І. В.
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
м. Луцьк, Україна

АНАЛІЗ КІЛЬКІСНИХ ПОКАЗНИКІВ ТА ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА КОЛЕКТИВНИХ ЗАСОБІВ РОЗМІЩУВАННЯ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ

На сьогоднішній день, готельне господарство Волинської області посідає важливе місце в організації комплексу туристичних послуг для споживачів. У до пандемічний та довоєнний періоди готельний бізнес області мав значний потенціал для розвитку. Проте російська агресія завадила подальшому розвитку готельної інфраструктури, через можливі руйнування цивільної інфраструктури.

Загальна кількість осіб, що перебували у КЗР протягом 2020 р. становило 28323 особи, з них 788 іноземців. В той час, як середня тривалість перебування осіб у КЗР складала 2,2 діб. Середня кількість днів роботи КЗР складала 111 днів у 2020 р. А коефіцієнт використання місткості КЗР дорівнював 0,24 днів.

Станом на 1 січня 2020 року колективні засоби розміщування Волинської області представлені: готелями, мотелями, хостелами, будинками відпочинку, пансіонатами, базами відпочинку, туристськими базами, санаторіями, які не зважаючи на складну ситуацію в країні продовжують функціонувати. Аналізуючи динаміку розвитку колективних засобів розміщування спостерігаємо зменшення кількості даних закладів станом на 2016–2020 рр. (табл.1).

Таблиця 1

Динаміка показників розвитку колективних закладів розміщування Волинської області (2016–2020 рр.)

Рік	Кількість колективних засобів розміщування	Кількість місць у колективних засобах розміщування	Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщування
2016	137	6293	117455
2017	131	6135	124937
2018	72	3684	55740
2019	61	3309	46013
2020	36	1987	28323

Джерело: розроблено авторами на основі джерела [1].

Отже, за даними таблиці 1 кількість колективних засобів розміщування в області за 2020 рік налічує – 36 підприємств, значна частка яких розташована в м. Луцьк та Шацькому районі. Кількість місць у колективних засобах розміщування налічує – 1987, кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщування – 28323.

Наведені дані свідчать про те, що 2016–2020 рр. на території Волинської області спостерігається тенденція до зменшення загальної кількості колективних засобів розміщування, причиною цієї диспропорції є негативний вплив пандемії COVID-19, втім сьогодні ситуація погіршується внаслідок війни, яка спричинила кризу. Одночасно зі скороченням кількості колективних засобів розміщування, спостерігаємо тенденцію зменшення кількості осіб, які розміщувалися в даних закладах. Пік туристичної активності припадає на 2017 рік, коли масово зростала зацікавленість іноземних туристів. У 2020 р. зменшення кількості осіб, що перебували у колективних засобах розміщування пов'язане з санітарно-епідеміологічною ситуацією, під час весняного карантину функціонування закладів готельного господарства функціонувало в обмеженому режимі. У лютому – квітні 2022 року заклади готельного господарства були завантажені практично на 100 %. Це пов'язано з масовим напливом внутрішньо переміщених осіб, які зупинялись в готелях. Проте рівень завантаженості почав спадати наприкінці весни 2022 року [2].

Таблиця 2

Динаміка показників колективних засобів розміщування Волинської області

Рік	Середня місткість колективних засобів розміщування, місць	Кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщування, од
2016	46	1362
2017	47	1321
2018	51	671
2019	54	524
2020	55	434

Джерело: розроблено авторами на основі інформації Головного управління статистики у Волинській області.

Згідно даних Головного управління статистики у Волинській області, результати дослідження показали, що починаючи з 2016 й до 2020 рр. зросла середня місткість КЗР. Зокрема, середня місткість КЗР 2016 р. становила 46 місць, а 2020 р. середня місткість становила 55 місць, що пропорційно суперечить зниженому показнику кількості номерів у готелях та аналогічних засобах розміщування. Таке зростання викликано

зниженням кількості номерів у КЗР та збільшенням чисельності туристів, які перебували у них, що призвело до збільшення щільності гостей у закладах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Головне управління статистики Волинської області. URL: http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua/24_5_r19.htm (дата звернення: 09.05.2023)

2. Демчук О. А., Єрко І. В. Колективні засоби розміщування Волинської області в умовах пандемії. Індустрія туризму і сфера гостинності в Україні та світі: сучасний стан, проблеми й перспективи розвитку: матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції. (Луцьк, 29 листопада 2021 р.). Луцьк, 2021 р. ст. 13-14.

Трикіша О. П.
Поліський національний університет,
м. Житомир, Україна

ОЦІНКА ПРИРОДНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ У ФОРМУВАННІ ПЕРСПЕКТИВИ ТУРИСТИЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЇ

Карпатський рекреаційно-туристичний регіон включає наступні області, що розташовані на заході України: Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська та Чернівецька. У нашій роботі нами більш детально буде розглянуто природно-туристичний потенціал Закарпатської області.

Переважна частина Закарпатського регіону розташована в унікальному фізико-географічному регіоні Українських Карпат, що сприяло формуванню унікальних природно-рекреаційних ресурсів цього регіону та зумовило специфіку ведення господарської, спільність історичної долі її жителів і, зрештою, сприяло формування соціально-історичних рекреаційних ресурсів та сучасну спеціалізацію рекреаційного господарства. Вище зазначені особливості вплинули на відокремлення Карпатської рекреаційної зони від інших адміністративних областей Західної України [7, с. 73].

Доцільно розглянути наявна природнорекреаційні туристичні ресурси регіону дослідження. Головним природним туристичним ресурсом цього регіону є його рельєф, яких визначається розташуванням на території Карпатського гірського масиву, що простягається з північного заходу на південний схід і займає разом із Передкарпатською височиною та Закарпатською низовиною 37 тис. км^2 (65,5 % площі) [7, с. 75].

Українські Карпати – це середньовисотні гори з переважаючими висотами 1000-2000 м. На думку дослідників, саме такий тип місцевості найбільше є доцільним для організації відпочинку. На території регіону розташовані вершини, що сягають понад 2000 м, з-поміж яких найвища гора України – Говерла, яку можна віднести до супербази відпочинку. Зовнішніми Карпатами називають височіючи на сході Бескиди, Ґорґани та Покутсько-Буковинське пасмо. Для туристичної діяльності найкраще підходять Бескиди та Покутсько-Буковинський кряж, де розташовано низку гірськолижних курортів. Крім того, величні пейзажі та мальовничі краєвиди також приваблюють відвідувачів, особливо в літню пору року [4].

Слабше розвинуті Ґорґани з пологими грядами, крутими схилами та кам'янистими відслоненнями. Найвищі вершини та найрізкіші відносні перепади висот характерні для Середньокарпатського хребта, де роз-

ташовані гори Чорногора (всі українські вершини вище 2000 м), Свидовецькі, Рахівські, Гринявські, Чивчинські та ін. Морфологічні особливості рельєфу досить різноманітні: Чорногора та Полонинська гряда характеризуються конусоподібними вершинами, Чорногора та Свидовець є найбільшим проявом льодовикових рельєфів (вирізи, улоговини долин тощо); Рахівські та Чивчинські гори – гострі вершини з крутими схилами та глибокими мальовничими долинами та найбільшим проявом карсту в Карпатах; Гряда вододілу являє собою м'який масив складчастих блоків, де розташовані основні поклади мінеральних вод Карпат [6, с. 34].

Ключовою особливістю центральної частини Карпат є наявність полонин – округлих безлісих вершин, вкритих субальпійськими луками [2]. При гарних погодних умовах з вершин Чорногори видніється прекрасний вид – панорама на навколишні гірські хребти. Сьогодні Чорногорія стала традиційним місцем для багатьох різноманітних туристичних поїздок. Внутрішні Карпати представлені низькими розрізненими масивами (максимальна висота м. Бужора 1085 м) вулканічного хребта Закарпаття [2]. В частині цього регіону збереглися привабливі поверхні лавових плато та розміщені природою великі і малі масиви згаслих вулканів [2]. Особливу увагу туристів привертають замріяні скелі, круті схили, мальовничі річкові долини тощо.

Розвитку спелеологічного туризму сприяє наявність на території печер, найбільші з яких Попелушка, Піонерка та Буковинка. Солотвинські соляні копальні використовують для лікування різноманітних алергічних захворювань. Захоплюючими об'єктами, що сформувала природа є грязьові вулкани поблизу села Старуня Івано-Франківської області та купол вулкана в Ужгороді.

Туристичний потенціал Закарпатського регіону варто досліджувати в контексті комплексного використання комплексу ресурсів і рекреаційних напрямів, а саме:

- бальнеологічні ресурси (мінеральні води, лікувальні грязі, озокерит);
- лісові ресурси (міські ліси, лісопарки, ліси в зелених насадженнях тощо);
- водні рекреаційні ресурси (річки, озера, ставки, водосховища, водоспади);
- спелеологічні ресурси (печери);
- території та об'єкти природно-заповідного фонду;
- пам'ятки історії та культури, архітектури (монастирі, замки тощо);
- санаторні комплекси («Лумшори», «Поляна», «Синяк», «Шаян» та ін.);
- види туризму та зимових видів спорту (лижний слалом, сноуборд);
- сільський зелений туризм.

Отже, природно-кліматичні та рекреаційні ресурси Закарпатського

регіону є сприятливими для створення різноманітних видів, форм і методів активних форм відпочинку. Наразі особливої популярності цього регіону набуває гірськолижний та пішохідний туризм. Натомість екотуризм, велотуризм, морський та кінний туризм, сільський зелений туризм тощо ще не отримали достатнього розвитку [3].

Карпати ідеальні для зимових видів спорту, зокрема: лижний слалом, стрибки з трампліну, сноубординг. Це чи не єдине місце в Україні, придатне для облаштування гірськолижних трас і трас відповідно до найвищих світових вимог і стандартів. Гірськолижний туризм все більше розвивається в усіх регіонах гірської місцевості.

У Закарпатській області найвідомішими зимовими курортами є: Воловець, Драгобрат, Міжгір'я, Подобовець, Рахів, Ясіня, на яких працює понад 40 витягів. Сільський зелений туризм, як альтернативна форма організованого відпочинку, починає набувати все більшої популярності, особливо в традиційних туристичних районах Закарпаття [1, с. 19]. На Закарпатті у приватників можна зупинитися у Воловці, Рахові, с. Ясіня, с. Синевір, с. Лазеччина, с. Верхнє Водян, с. Ужок, с. Малий Березний, с. Вишково [5].

Отже, проведене дослідження засвідчило, що попри наявний потужний рекреаційно-туристичний потенціал Закарпатського регіону він використовується не повною мірою. Основними факторами такої стану є не достатньо розвинута інфраструктура, низький рівень сервісного обслуговування, відсутність дієвої інвестиційної стратегії тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монографія. К.: ВПЦ «Київський університет», 2001. 395 с.

2. Кифяк В. Ф. Сфера рекреації та туризму як складова регіональної економічної системи Формування ринкових відносин в Україні. 2006. С. 116-119.

3. Кифяк О. В. Розвиток рекреаційних ринків регіонів Фінанси України. 2005. С. 64-69

4. Кравченко Н. О. Методика оцінювання потенціалу ефективного функціонування та територіальної організації рекреаційного господарства регіону Актуальні проблеми економіки. 2005. С. 172-178.

5. Марцин В. С. Особливості залучення іноземних інвестицій за умов виходу з кризи Проблеми науки. 2011. С. 2-10.

6. Найден О. С. Український народний сувенір: Історія. Семантика. Образна своєрідність. Функціональні особливості. К., 2000. 53 с.

7. Опанащук Ю. Я. Індустрія гостинності суть, зміст і характерні особливості Економіст. 2008. 74 с.

Руденко В. П.
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, м. Чернівці, Україна

РОЛЬ БУКОВИНСЬКОГО ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО ЦЕНТРУ РОЗВИТКУ ІСТОРИКО-ЕТНОГРАФІЧНОГО ТУРИЗМУ В ЧНУ ІМ.Ю.ФЕДЬКОВИЧА У ПІДГОТОВЦІ МЕНЕДЖЕРІВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Буковинський інформаційно-комунікаційний центр розвитку історико-етнографічного туризму у ЧНУ ім. Ю. Федьковича (далі – Центр) створений у 2013 р. в рамках виконання проєкту, фінансованого ЄС «Історична та етнографічна спадщина – частина сталого розвитку туризму на Буковині» (СПАДЩИНА) MIS ETS code 829. Центр став спеціалізованим закладом, колектив якого надає інформацію про певні туристичні послуги для відвідувачів, незалежно від їх організаційного статусу та юридичної форми. Згідно з Положенням про Центр основною метою його діяльності є організація та координація взаємодії та співпраці між учасниками туристичного процесу – колективом університету, громадою, міською владою та відвідувачами міста у реалізації перспектив розвитку історико-етнографічного, етнічного, культурного та екологічного туризму в Чернівцях, Буковинському краї, прикордонних регіонах України, Румунії та Молдови як складової їх збалансованого природокористування та національних економік загалом [1].

Серед найважливіших завдань Центру визначились: організація та проведення навчання, лекції, бесід, дискусій, конференцій з проблем історико-етнографічного, культурного та екологічного туризму для студентів, викладачів, працівників туристичної галузі; здійснення наукового аналізу та моніторингу стану розвитку туризму як пріоритетного напряму національної та світової економік. Основою такої діяльності Центру, безперечно, є нагромаджена, зібрана виконавцями проєкту «СПАДЩИНА» багатюща інформація про історико-етнографічні об'єкти та розроблені туристичні маршрути Буковини [4].

Чи не найрезультативнішим напрямом реалізації завдань Центру, що яскраво проявився в останні десять років, є всестороннє сприяння

його колективу у підготовці бакалаврів та магістрів за освітньо-професійною програмою «Менеджмент туристичної індустрії» на географічному факультеті ЧНУ ім. Ю. Федьковича.

За період з 2013 до 2022 року на геофаці ЧНУ ім. Ю. Федьковича підготовлено 564 фахівців-менеджерів, 2/3 з яких є менеджерами туристичної індустрії (див. табл. 1) [4].

Таблиця 1

Випускники – менеджери географічного факультету ЧНУ ім. Ю. Федьковича 2013–2022 років (денна та заочна форми навчання), кількість осіб

Рік	Рівні вищої освіти			Всього
	бакалаврський	спеціаліст	магістерський	
2013	77	42	30	149
2014	30	35	16	81
2015	33	6	20	59
2016	33	12	-	45
2017	24	4	8	36
2018	28	-	18	46
2019	21	-	17	38
2020	31	-	12	43
2021	33	-	7	40
2022	24	-	3	27
За 2013–2022 роки	334	99	131	564
Структура, %	59,2	17,6	23,2	100,0

Особливо плідно матеріали, нагромаджені в Буковинському інформаційно-комунікаційному центрі розвитку історико-етнографічного туризму, використовувались у процесі викладання таких дисциплін, як: «Менеджмент туристичної індустрії», «Транскордонне регіональне співробітництво в туристичній галузі», «Стратегії розвитку національного та регіонального туризму», «Регіональна економіка», «Стратегічне управління», «Географія туристичних ресурсів», «Ресурсний менеджмент в туризмі» та ін. [2]. Досліджені виконавцями проєкту історико-етнографічні об'єкти, розроблені туристичні маршрути, карта історичного та етнографічного туризму Чернівецької області та Сучавського повіту та її 100 000-й аналог, що знаходяться в Центрі, стали основою підготовки десятків наукових статей викладачів та студентів, кваліфікаційних робіт здобувачів, що спеціалізуються у менеджменті туристичної індустрії [3; 5].

Попереду – велика праця усього колективу географічного факультету ЧНУ ім. Ю. Федьковича щодо подальшого розвитку, наукових і освітніх пошуків у туристичній галузі краю, України, у міждержавних взаєминах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Історична та етнографічна спадщина – частина сталого розвитку туризму на Буковині (HERITAGE) MIS-ETC Code 829. Режим доступу : www.heritage-ua-ro.org.

2. Руденко В. Реалізація проєкту «HERITAGE» («СПАДЩИНА») Європейського Союзу в освітній програмі «Менеджмент туристичної індустрії» Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Міжнародний та національний досвід суспільно-географічного розвитку туристичної галузі в умовах євроінтеграції : тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції / ред. кол. : Т.Д. Щербан (гол.) та ін. Мукачево :МДУ, 2022. С.74-75.

3. Руденко В., Бучко Ж. Буковина етнотуристична: можливості та тенденції. Tourist Bukovina [Електронне видання]. Чернівці: Чернівецький національний університет, 2016. № 1. С.43-47 (This project is funded by the Evropean Union: (HERITAGE) MIS-ETC Code 829 /.

Режим доступу: www.heritage-ua-ro.ory/journal.php.

4. Руденко В., Куцак Ю., Хникіна М. Випускники-менеджери географічного факультету Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича: чверть століття освітньо-наукової співпраці. Науковий вісник Чернівецького університету : Географія. Випуск 838, 2022. С 47-60.

5. Buchko Z., Cristea I.A., Efros V., Popescu L., Rudenko V., Skrypnyk I., Smirnov Y. Map of historical and Suceava Country : Progect : Historical and ethnographic heritage – part of the sustainable development of tourism in Bukovina (HERITAGE) VIS-ETC Code 829.Suceava : Stefan cel Mare University of Suceava,2015. P.1-2 (Scale 1:300 000).

Божук Т. І.
Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського,
м. Львів, Україна

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА І СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В ТУРИЗМІ

Туристична галузь продовжує реагувати на виклики, зумовлені пандемією та повномасштабним вторгненням російського ворога. Безумовно, що туризм вже декілька років фактично не функціонував; спостерігається втрата кадрів (жінки виїхали за кордон, чоловіки – захищають Батьківщину), знищення музеїв та багатьох інших об'єктів туризму та інфраструктури.

Питання сучасного туризму в Україні є сьогодні доволі суперечливими. Наскільки одна частина населення має моральне право їздити на відпочинок в той час, коли інша – захищає Вітчизну чи займається волонтерською роботою? У соціальних мережах є велика кількість повідомлень про те, що відпочивати у цей складний час війни потрібно, однак не варто виставляти розкішні фото, бо занадто сильним є їхнє сприйняття таких реалій.

Хоча туристичний бізнес, як економічна складова, дає дохід до державного бюджету; забезпечує громадян робочими місцями, формує нові договірні можливості.

Туризм носить також психологічний ефект відновлення і перезавантаження як для військових, так і мешканців громади.

Позитивним є те, що в навчальному процесі, для учнівської молоді проводяться екскурсії з метою пізнання рідного краю. Протягом останнього року для внутрішньо переміщених осіб також проводилися різноманітні екскурсії, краєзнавчі мандрівки, зустрічі з цікавими людьми, тощо.

У освітньому аспекті ситуація не така приваблива, оскільки майже в кожному ЗНО є спеціальність «Туризм і рекреація», що формує невиправдано високу конкуренцію на фоні тимчасової втрати актуальності до цього фаху в силу відомих причин та за відсутності абітурієнтів, значний контингент із яких перебуває, на разі, за кордоном. В агітаційній політиці і пропаганді фаху в деяких ЗНО можемо спостерігати формати, які повністю копіюють (плагіатять) чужі ідеї та діяльність інших науково-педагогічних працівників з метою привернення уваги до себе.

На міжнародному рівні (через концепцію солідарно-волонтерського туризму) варто залучати до України нових партнерів, бо в аспекті туристичної діяльності візити не рекомендовані для іноземців.

Саме тому в галузі туризму питання корпоративної культури і соціальної відповідальності як у державному секторі управління, освітніх закладах і туристичних компаніях, є надзвичайно важливими.

Формування політики здійснення туристичної діяльності залежить від «грамотності» органів місцевого самоврядування, системи цінності і кодексу корпоративної культури, прийнятих в туристичних компаніях, і зрештою – рівня особистого розвитку самих туристів.

При підготовці фахівців 242 «Туризм і рекреація» передбачено навчальну дисципліну, яка має різні назви «Соціальна та корпоративна відповідальність в туризмі», «Соціальна відповідальність в туристичному бізнесі» тощо. Перелічені предмети можуть бути як обов'язковими, так і вибірковими. Однак, при цьому важливо також зважати на побажання здобувачів вищої освіти, випускників і стейкхолдерів щодо формування переліку дисциплін із врахуванням професійних компетенцій викладачів.

Після завершення вивчення навчальної дисципліни студентам пропонується оцінити якість курсу, заповнивши відповідну Анкету-оцінку.

На жаль, недостатня кількість годин, відведена навчальним планом для вивчення цієї дисципліни, не дає повною мірою під час занять очно висвітлити всі можливі аспекти корпоративної культури і соціальної відповідальності у реальному світі. Продовжувати наукові дослідження і розвивати свої ідеї студенти зможуть під час підготовки магістерських робіт.

Зарубіна А. В., Сільченко Ю. Ю.
Центральноукраїнський державний університет ім. В. Винниченка,
м. Кропивницький, Україна

ГЕОГРАФІЧНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ В ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ТУРИЗМ»

Нині туристична індустрія перебуває у дуже нестабільній ситуації, яка динамічно змінюється. Вплив коронавірусної пандемії, а згодом і повномасштабна російська агресія загальмували розвиток міжнародного туризму. Водночас, у рамках внутрішніх напрямів туристична галузь функціонує і внутрішній туристичний потік поступово збільшується. Багато українських туристів, які звикли відпочивати за кордоном, а тепер змушені відпочивати на вітчизняних курортах через обмеженість та додаткові вимоги у міжнародних поїздках, висувають досить високі вимоги до туристичного обслуговування на теренах України [1]. Відповідно зростає і попит на високо кваліфікованих спеціалістів, підготовкою яких займається низка університетів України.

У світі збільшується значення туристичної освіти як найважливішого чинника розвитку галузі, економіки та суспільства загалом. Головне завдання освітньої політики у сфері туризму на сучасному етапі – це досягнення сучасної якості освіти, її відповідності актуальним потребам особистості, суспільства, держави з урахуванням міжнародних стандартів. Сучасний етап розвитку вищої професійної освіти в туризмі відповідає процесу формування туризму як міждисциплінарної галузі знання. Програми професійної підготовки кадрів у сфері туризму з'являються в університетах в межах факультетів готельного бізнесу, географії чи економіки. Проте особливу увагу слід приділяти значенню географічної складової в підготовці кадрів для рекреаційно-туристичної сфери поряд з іншими складовими як економічна, технологічна тощо.

Туризм по своїй суті є глибоко географічним поняттям, як мобільна форма споживання рекреаційно-туристичної діяльності. Туризм заснований на подоланні простору, що пов'язаний з конкретною територією, певним характером природного, соціо-культурного та економічного середовища людської діяльності. Рекреаційно-туристична сфера покликана реалізовувати специфічні запити людей під час подорожей та ознайомлювати з різноманітними об'єктами, щодо природи, населення, економіки місцевості, регіону або країни, що відвідуються. Актуальною є необхідність акцентування уваги на географічній компетентності майбут-

ніх працівників рекреаційно-туристичної сфери. Висококваліфікований спеціаліст з туризму зокрема повинен: знати географічну номенклатуру, хоча б на рівні, який передбачає шкільна програма з географії; вміти вільно працювати з картою та застосовувати картографічний метод під час планування маршрутів; грамотно використовувати географічну термінологію (зокрема таку як, рекреаційні ресурси, рекреаційно-туристичний потенціал, тощо); вміти працювати з географічною статистикою; розробляти, рекламувати, просувати та реалізовувати туристичні тури на основі знань географії регіону, країни. Так, на етапі розробки туристичного маршруту, спеціаліст туристичної сфери має бути обізнаним із закономірностями розміщення природних та історико-культурних рекреаційних ресурсів, добре орієнтуватись в особливостях клімату, рельєфу, системи розселення, господарства, транспортної мережі території, у межах якої цей маршрут пролягає.

Рекреаційно-туристична діяльність ґрунтується на географічних засадах у значно глибшому розумінні, ніж це прийнято вважати. Організація рекреаційно-туристичної діяльності має комплексний характер, проте саме географічні компетентності дозволяють забезпечити комплексний підхід до вивчення та управління розвитком рекреаційно-туристичних комплексів усіх типів і рангів, використовувати територіальний регіональний підхід як особливий метод наукового пізнання.

Посилення географічного аспекту в підготовці фахівців з туризму має здійснюватися на всіх етапах – розробки освітньо-професійних програм, навчальних планів, відбору навчальних методів та критеріїв оцінки якості [2]. Важливою умовою забезпечення належної географічної підготовки студентів зі спеціальності «Туризм» є викладання географічних дисциплін викладачами-географами, які мають для цього відповідну кваліфікацію. Основними географічними дисциплінами, що найчастіше зустрічаються у навчальних планах підготовки фахівців з туризму, є рекреаційна географія, географія туризму, туристичне країнознавство, туристичне краєзнавство, географія релігій та сакральний туризм та інші.

ЛІТЕРАТУРА

1. Голубець І., Зарубіна А., Чубрей О. Ринок туризму: пандемічні проблеми та новітні перспективи. Наукові перспективи (Naukovì perspektivi), 2022, 1 (19). https://archer.chnu.edu.ua/jspui/bitstream.

2. Степаненко, О. К., А. В. Зарубіна, Л. І. Пономаренко. «Безперервна педагогічна освіта у контексті інноваційних проєктів суспільного розвитку» (2021) https://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/36229

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ Й РЕКРЕАЦІЇ В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

Кіптенко В. К.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
м. Київ, Україна

ПРАГМАТИЧНІ КРОКИ ВПРОВАДЖЕННЯ КРИТЕРІЇВ ТА ІНДИКАТОРІВ СТАЛОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Актуальні глобальні трансформації туристичного сектору внаслідок пандемії COVID-19 [13] на європейському рівні помножуються настановами реалізації імперативу сталості в контексті Зеленої угоди. Визначені ЄС 27 векторів досягнення зеленого та цифрового переходу та довгострокової стійкості сектору [18] набувають ваги значимих орієнтирів повоєнного відновлення туризму України, зважаючи одночасно на набуття статусу країни-кандидата на членство в ЄС. Зокрема, нагальність реального моніторингу сталості туризму, у сенсі зазначеного, стає суттєвим викликом, зважаючи на наразі декларативний й фактично не конкретизований інструментами й засобами туристичної політики стан питання в країні [3]. Водночас, приєднання ДАРТ до Європейської туристичної комісії [1] має слугувати значимим фасилітатором адекватних кроків в управлінні переходом туризму України на рейки сталості [7], у тому числі, використовуючи науково-практичні напрацювання за дослідною темою «Індикаторний аналіз сталого розвитку в Україні» кафедри країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка [17].

Результати дослідження, яке розпочиналося у 2019 році із вивчення міжнародних систем моніторингу сталості туризму та можливостей запровадження відповідних критеріїв та індикаторів [2, 4, 5, 6], свідчать на користь доцільності інтегрованого підходу із застосування універсальних глобальних критеріїв GSTC [12], індикаторів європейської системи (ETIS) [11], настанов WTTC [15] та UNWTO [15] адаптовано до контексту конкретної дестинації (національного, регіонального та локального рівнів). Додатково, методичні засади комбінації підходів репрезентує пропозиція спільного переліку індикаторів вимірювання позитивного та негативного впливу туризму в Карпатах [9], що заслуговує на особливу увагу, зважаючи на те, що де-факто єдиним документом, який змістов-

но скеровує сталий туризм в Україні є Протокол про сталий туризм до Рамкової конвенції про охорону та сталий розвиток Карпат 2017 року [8].

Актуалізуючи попередні напрацювання рекомендаціями Європейської Туристичної Комісії [10, 16] щодо формування й розвитку національного підходу сприяння сталому туризму з урахуванням конкретного контексту, дослідження поточного року передбачають розробку пілотного профілю дестинації «Бойківські Карпати» на основі європейської системи індикаторів розвитку сталого туризму [5]. При цьому камеральний етап будується на зборі інформації на теренах 12 об'єднаних територіальних громад в розрізі потенційно максимального охоплення складових профілю ETIS, зазначених рекомендацій урахування впливу туризму в дестинаціях Карпат, зіставлення із критеріями GSTC й визначення потреб подальших обстежень, зважаючи на практику мережі обсерваторій сталого туризму ЮНВТО. Дякуючи далекоглядній підтримці місцевої влади апробація методики й алгоритму формування належної бази даних дозволить отримати прагматичний «зріз» ситуації на місцевому рівні для цілей стратегічного розвитку потенційної дестинації на засадах сталості. Водночас, таке тестування міжнародних критеріїв та індикаторів спільно з попередніми результатами забезпечить оцінку передумов необхідних для обгрунтування й реалізації проєкту зі впровадження відповідної європейським рекомендаціям національної моделі сталого туризму в інтересах ДАРТ.

ЛІТЕРАТУРА

1. ДАРТ стане членом Європейської туристичної комісії. 5 травня 2022р. ДАРТ. URL: https://www.tourism.gov.ua/blog/dart-stane-chlenom-ievropeyskoyi-turistichnoyi-komisiyi

2. Кіптенко В. К., Притула І. О. Доцільність створення аналогу європейської віртуальної туристичної обсерваторії в Україні. Антикризові заходи в умовах економічної нестабільності. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 26 листопада 2021 р). Одеса : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2021. – С. 112-116. https://researcheurope.org/wp-content/uploads/2021/12/re-26.11.21.pdf

3. Кіптенко В.К., Мотузенко О.О. Науково-практичні засади управління переходом до сталого туризму в Україні. Географія та туризм. Вип. 64. – С. 11-21. https://doi.org/10.17721/2308-135X.2021.64.3-12

4. Мойсей С., Височанський О., Кіптенко В. Можливості запровадження в Україні обсерваторій мережі. Матеріали конференцій Молодіжної наукової ліги. 2021. URL: https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/liga/article/view/16631

5. На Івано-Франківщині розпочинається проєкт «Бойківські Карпати». 1 березня 2023. Івано-Фраанківщина туристична. URL: https://iftourism.com/news/article/na-ivano-frankivshchini-rozpochinayetsya-

proyekt-boykivski-karpati

6. Носко Є., Примаченко А., Кіптенко В. Можливості запровадження в Україні критеріїв та стандартів сталого туризму GSTC. Збірник наукових праць SCIENTIA. 2021. URL: https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/scientia/article/view/16652

7. План відновлення України. URL: https://recovery.gov.ua/

8. Протокол про сталий туризм до Рамкової конвенції про охорону та сталий розвиток Карпат. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/001_004-11/print

9. A common set of indicators measuring the positive and negative impacts caused by tourism in the Carpathians. CEEWEB. 2018. https://www.ceeweb.org/ducuments/publications/A_common_set_of_indicators_measuring_the_positive_and_negative_impacts_caused_by_tourism_in_the_Carpathians.pdf

10. European Sustainability Schemes. ETC Report. 2019. URL: https://etc-corporate.org/reports/european-sustainability-schemes/

11. European Tourism Indicators System for sustainable destination management. European Commission. URL: https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-funding-and-businesses/funded-projects/sustainable/indicators_en

12. Criteria Overview. GSTC. URL: https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/

13. Rethinking Tourism. From Crises to Transformation. World Tourism Day 2022. UNWTO. UKRL: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-09/from-crisis-to-transformation-WTD2022.pdf?VersionId=E2562wREejLJYZbb5IkplKFufBA9URdC

14. Sustainable Development. UNWTO. URL: https://www.unwto.org/sustainable-development

15. Sustainable Growth. WTTC. URL: https://wttc.org/initiatives/sustainable-growth

16. Sustainable Tourism Implementation. A Framework and Toolkit to Support National Approaches. ETC Handbook. 2021. URL: https://etc-corporate.org/reports/sustainable-tourism-implementation-framework-and-toolkit/

17. The Indicator Analysis of Sustainable Development in Ukraine. Research/Tourism for SDG. URL: https://tourism4sdgs.org/research/the-indicator-analysis-of-the-sustainable-development-in-ukraine/

18. Transition Pathway for Tourism. February, 2022. EC. URL: https://ec.europa.eu/docsroom/documents/49498

Нестерчук І. К., Панфелюк М. В.
Житомирський державний університет імені Івана Франка,
м. Житомир, Україна

ГЕОГРАФІЯ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ: СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Географія туризму та рекреації представляє перший комплексний вступ до туризму, дозвілля та рекреації та взаємозв'язків між ними. Географія туризму зі своєї сторони, стосується простору, місця а рекреаційна складова розглядає екологічні аспекти туризму, відпочинок як такий. Окрім цього, основні труднощі у визначенні сфери дослідження пов'язані із загальними проблемами визначення туризму, особливо щодо, з одного боку, міграційних досліджень, а з іншого – рекреаційних досліджень. Тим не менш, для географії туризму та рекреації можна визначити окрему область дослідження на основі економічних, культурних та екологічних наслідків, які залежать від подорожі далеко від дому. З часом відбулася низка змін у домінуючих перспективах у географії туризму та рекреації, і це вишукування є намаганням звернути увагу на проблеми на сучасному етапі. Сфера географії туризму та рекреації, здебільшого розглядалася з точки зору простору, місця та екологічних вимірів туризму, що відображає давню традицію в ширшій дисципліні географії (Wilson, 2012). Визначення географії туризму, однак, залишається проблематичним, дебати зосереджуються як на її тимчасовості – наприклад, де вона підходить до тимчасової міграції та рекреаційних досліджень – так і на мотиваціях. Зростання підходу мобільності додало цих викликів. в останні роки, водночас відкривши нові перспективи, які збагатили географію туризму (Duncan, 2012).

Усі світові туристичні практики [1-6] можуть бути вписані в географію туризму та рекреації, що представляє постійне розміщення туризму в економічному, соціальному та культурному просторі та в контексті, що поєднує як матеріалізовані та вимірювані потоки, так і опосередковані та уявні просторові утворення (Shields, 1991). Мета полягає в тому, щоб започаткувати роздуми про те, як ці зручні туристичні матеріали колись сприяли артикуляції географії туризму та рекреації географії (чи географій) аж до прориву масового туризму між світовими війнами. Однак, оскільки в центрі уваги знаходяться форми, методи та техніки медіації, географічний розклад буде далеким від систематичного окреслення.

Географія туризму та рекреації тут трактується в найширшому значенні: подорожувати за власним бажанням і з власним комфортом, ра-

дістю, втіхою та досвідом, відпочинком як основною метою. На практиці це стосується головним чином простору та місця за межами людського дому та повсякденної території. Це, звісно, не означає, що формування певної туристичної географії переважно відбувається серед людей, які перебувають у турі чи на відпустці. Навпаки, географічна уява з іноземним середовищем як спільним знаменником значною мірою розвивається вдома, на роботі та в школі – розмова, читання, мрія, туга. Однак путівники в основному пишуться для мандрівників і зазвичай використовуються під час подорожей, не кажучи вже про їх роль як сувенірів, підготовчих посібників або навіть супутників у фантастичних турах у домашніх кріслах. Безсумнівно, їхній внесок у географічну уяву є менш важливим у масово посередницькому світі та «гуглилої» землі сьогодні, ніж у попередні періоди сучасності, головним чином навіть до того, як візуальні медіа включали фотографію та масове виробництво листівок. Проте, як і багато інших імпульсів і характеристик сучасності, вплив путівників на географічну уяву ніколи не можна було об'єднати в простий аналіз матерії та причини. Ми намагалися відобразити останні розробки та нові концепції з географія туризму та рекреації, які починають проникати в туризм і рекреаційне поле. Нові функції включають:

• контент щодо останніх подій, зміни клімату, сталого розвитку, мобільності та управління кризами у часі та просторі, а також такі тенденції, як недорогі авіалінії та контроль наземного транспорту з боку транснаціональних оператори в ЄС, такі як Arriva;

• більше уваги до таких питань управління, як інновації та просторові наслідки для туризму розвиток дозвілля;

• нові тематичні дослідження та приклади для демонстрації проблем реального життя як з розвинених країн, так і з країн, що розвиваються, особливо США, Китай і Південна Африка;

• повністю переглянуто та перероблено, щоб включити нові, зручні функції: тематичні дослідження, ідеї, підсумкові моменти та цілі навчання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Baird, T. and Hall, C.M. (2013) 'Sustainable winegrowing in New Zealand', in C.M. Hall and S. Gössling (eds) Sustainable Culinary Systems: Local Foods, Innovation, and Tourism & Hospitality, London: Routledge.

2. Bao, J. and Ma, L.J.C. (2010) 'Tourism geography in China, 1978–2008: whence, what and whither?', Progress in Human Geography, 35: 3-20.

3. Farstad, M. (2011) 'Rural residents' opinions about second home owners' pursuit of own interests in the host community', Norsk Geografi sk Tidsskrift– Norwegian Journal of Geography, 65(3): 165-74.

4. Hall, C.M. and Härkönen, T. (eds) (2006) Lake Tourism: An Integrated Approach to Lacustrine Tourism Systems, Clevedon: Channel View.

5. Kizos, T., Primdahl, J., Kristensen, L.S. and Busck, A.G. (2010) 'Introduction: landscape change and rural development', Landscape Research, 35: 571-6.

6. Oishi, Y. (2013) 'Toward the improvement of trail classifi cation in national parks using the recreation opportunity spectrum approach', Environmental Management, 51: 1126-36.

Круль Г. Я., Калінін М. С.
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,
м. Чернівці, Україна

ЗАСТОСУВАННЯ ЗАСТАРІЛИХ АКТИВІВ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

Дослідження варіантів застосування застарілих активів для створення концептуальних закладів сфери гостинності є актуальним, оскільки, по-перше, на сьогодні застарілі активи створюють низку проблем для населених пунктів і призводять до негативних соціальних і економічних явищ. По-друге, сфера гостинності є однією з найважливіших з точки зору туризму. Концептуальні заклади є важливим елементом сфери гостинності, який позитивно впливає на споживача, а також може виступати як варіант вирішення проблем, пов'язаних із застарілими активами.

Застарілими називають активи, матеріальна і технологічна цінність яких більше не дозволяє використовувати їх для основного призначення. Вони виникають унаслідок технічного виснаження або через те, що їх витіснили новіші технології або об'єкти [1]. На сьогодні застарілі активи є проблемою, оскільки вони досить часто лягають тягарем на місцеві бюджети. Вони негативно впливають на естетичну та інфраструктурну складову населених пунктів, а також становлять небезпеку для довкілля. До того ж деякі їх види, наприклад, покинуті будівлі та споруди можуть сприяти зростанню рівня злочинності [1].

Оскільки застарілі активи не приносять користі за своїм основним призначенням і створюють певні проблеми, доцільно їх перепрофільовувати або ж повторно використовувати з іншою метою. Даний підхід має низку переваг. По-перше, це допомагає зменшити кількість відходів і заощадити ресурси за рахунок продовження терміну корисного використання існуючих активів, замість створення нових. По-друге, перепрофілювання активів зазвичай є більш економічно ефективним, ніж нове будівництво або придбання нових засобів, при цьому витрачається менше часу та коштів на проектування та виконання необхідних робіт [1]. Однією з цікавих опцій є застосування застарілих активів для розробки концептуальних закладів сфери гостинності. Цей підхід стає все більш популярним в останні роки. Наприклад, старий промисловий об'єкт можна перетворити на готель у сучасному стилі з відкритими трубами, шестернями та старовинними механізмами. Списаний літак чи потяг можна модифікувати в унікальний ресторан. Цікавою ідеєю може бути використання історичної будівлі. Заклад такого типу виступатиме і як туристичний об'єкт, і як опція для харчування чи розміщення [1].

Однією з ключових переваг перепрофілювання застарілих активів є те, що воно часто дозволяє значно заощадити кошти порівняно з будівництвом нових споруд з нуля. Крім того, ці споруди часто мають унікальний характер і шарм, який важко повторити при новому будівництві.

У зарубіжній практиці перепрофілювання застарілих активів у заклади харчування активно застосовують списані транспортні засоби (досить часто – вагони потягів), а також старі будівлі, оскільки всередині них досить зручно облаштувати інтер'єр ресторану. Даний варіант є розповсюдженим, оскільки модернізація вже наявної споруди є більш раціональним кроком, аніж її демонтаж. Прикладами можуть бути: Le Wagon Bleu – ресторан, розташований в історичному вагоні поїзда (Париж, Франція) [4], The Boiler Room – ресторан, що знаходиться у колишній котельні Bemis Bag Building (м. Омаха, штат Небраска, США) [8], Fabbrica di Pedavena – заклад, розташований у приміщенні колишньої пивоварні (м. Педавен, регіон Венето, Італія) [9], Costa Verde Airplane Hotel – готель, номери якого розміщені у старовинних фюзеляжах літака (м. Мануель-Антоніо, Коста-Ріка) [2], Breakwater Lodge – готель, номери якого розташовані в колишніх тюремних камерах (Кейптаун, Південна Африка) [6], Kennedy School Hotel (Портленд, штат Орегон, США) [5] – це унікальний готель, де збереглося багато оригінальних особливостей колишньої школи, зокрема крейдяні дошки, автентичні світильники тощо, Propeller Island City Lodge (Берлін, Німеччина) [7], це нестандартний готель, створений художником, номери якого мають вигляд мистецької інсталяції, де використано різноманітні старі та перероблені матеріали, антикварні двері та вікна, The Hotel Emma (Сан-Антоніо, штат Техас, США) [3] вшановує історію та промислову спадщину пивоварні «Pearl Brewery» унікальними елементами дизайну: оригінальною цегляною кладкою, відкритими трубами та промисловим обладнанням тощо.

Отже, зарубіжний досвід демонструє, як можна вирішувати проблему застарілих активів. Наведені приклади – це успішні заклади сфери гостинності, існування яких має позитивні наслідки. Вони приваблюють туристів і створюють нові робочі місця. Окрім того, більшість таких закладів дотримується принципів сталого розвитку та екологічних ініціатив, спрямованих на використання відновлюваних джерел енергії та включення перероблених і екологічно чистих матеріалів у свій дизайн, що створює позитивний приклад для інших установ.

ЛІТЕРАТУРА

1. Benjaminsson, J., Johansson, E. (2016). Management of Obsolete Products.

URL: http://surl.li/hkvmz

2. Costa Verde. URL: https://costaverde.com/accommodations-2/727-fuselage-home/

3. Hotel Emma. URL: https://thehotelemma.com
4. Le wagon bleu. URL: https://www.wagonbleu.fr/en/
5. McMenamins. URL: https://www.mcmenamins.com/kennedy-school
6. Peterson R.H. (2002). A Guide to the Literature on Fixed Assets Accounting. Journal of Accounting Literature. URL: http://surl.li/hkvno
7. Propeller Island Ladge. URL: http://surl.li/hkvoe
8. Visit Omaha. URL: https://www.visitomaha.com/listings/the-boiler-room-restaurant/60647
9. Vivo Venetia. URL: https://www.vivovenetia.com/pedavena-brewery/

Круль Г. Я., Бабій Т. В.
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,
м. Чернівці, Україна

ЕКО-ТРЕНДИ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

Однією з популярних тенденцій ресторанного господарства останніх років як в усьому світі, так і в Україні, є орієнтація на екологічність продуктів харчування. Сьогодні все більше людей турбується про стан власного здоров'я і набуває популярності рух правильного харчування. Аби йти в ногу з часом і задовольняти потреби різних гостей ресторани також залучені в цей процес і намагаються дотримуватись нового еко-тренду.

Еко-харчування орієнтується на використання органічної, місцевої та сезонної їжі. Продукти, які використовуються для приготування їжі, вирощуються на місцевих фермерських господарствах і не потребують довгих транспортних маршрутів. Це зменшує викиди небезпечних газів в атмосферу та допомагає підтримувати місцеву економіку. Органічні продукти вирощуються без використання синтетичних хімічних добрив, генетично модифікованих організмів і пестицидів, що робить їх безпечними для споживання та зменшує негативний вплив на довкілля та здоров'я споживачів [3].

Для того, щоб привабити клієнтів новим еко-трендом, ресторани використовують екологічно чисті (органічні) продукти для приготування страв, які не містять хімічних добавок і вирощені в абсолютно природних умовах. Проте, цього не досить, щоб задовольнити споживача, такі еко-страви мають відповідати показникам якості, естетичним і смаковим вимогам споживачів, які зараз дуже розбещені великим вибором всього [1].

До речі, поняття «екологічність» стосується не лише використання еко-продуктів харчування у приготуванні страв, а й екологічного використання відходів на виробництво вторинної сировини. Відповідно еко – це не тільки споживання, але й утилізація. Сьогодні існує чимало закладів, що пропонують поціновувачам справжні фермерські та просто органічні делікатеси у форматі «від грядки до столу». «Go green» – саме таку назву має рух за перехід на екологічні норми і стандарти діяльності [2].

Отже, еко-харчування може мати дуже позитивний вплив на людей з різних точок зору. По-перше, воно може допомогти зберегти здоров'я. Продукти, які використовуються в еко-харчуванні, зазвичай не містять штучних домішок, які можуть бути шкідливими для здоров'я людини. Ці продукти можуть бути також багаті на поживні речовини, вітаміни та мінерали, що позитивно впливає на здоров'я людини. По-друге, еко-харчування може допомогти зберегти навколишнє середовище та зменши-

ти вплив людини на природу. Ресторани, які працюють за концепцією еко-харчування, зазвичай використовують продукти, які вирощуються з урахуванням екологічних принципів та зменшення впливу на природу. Це може допомогти скоротити використання шкідливих хімічних речовин, кількість відходів і вуглецевий слід. По-третє, еко-харчування може допомогти людям бути більш етичними та відповідальними споживачами. Люди, які обирають еко-ресторани, зазвичай думають про вплив своїх дій на природу та інших людей. Вони можуть вибирати продукти, які не завдають шкоди навколишньому середовищу та не використовують трудову експлуатацію [3].

При створенні еко-концепції потрібно враховувати різні чинники [2]:

• використання місцевих сезонних продуктів, щоб не платити за доставку та не витрачати бензин;

• пропозиції вегетаріанського та веганського меню;

• вирощування зелені самостійно або приготування джемів і закруток з місцевих ягід та овочів замість того, щоб замовляти їх із доставкою;

• правильний одноразовий посуд;

• економія води;

• розумне споживання електроенергії.

Еко-стиль – дуже популярний інтер'єрний напрям, що зумовлено не тільки втомою споживачів від перевантажених дизайнів, але і загальним вектором розвитку людства.

Створити дійсно красивий і оригінальний екологічний дизайн інтер'єру в Україні – непросте завдання. Молодому закладу складно виділитися серед конкурентів, проте це можливо. Фахівці радять відштовхуватися від якоїсь фірмової фішки в меню і будувати облаштування навколо неї. Наприклад, якщо гордість закладу – багатий асортимент фруктових соків, обстановку кафе можна зробити в стилі саду з намальованими на стінах деревами, високими вазонами в підлогових діжках. Для декору можна використовувати мотивуючі написи про здорову їжу [2].

Оскільки еко-стиль передбачає ще й розумне споживання, то в інтер'єрі доречно використовувати продукцію із вторсировини або давати друге життя застарілим предметам. Можна придбати стільці з перероблених відходів деревини, зробити меблі з дерев'яних піддонів. Або використовувати фарбовані старі бочки в якості основи для столів, з предметів кухонного побуту зробити абажури для ламп.

Отже, створення концепції еко-закладу є досить складним і цікавим процесом. Він приховує в собі безліч елементів, на які потрібно звертати увагу. Харчування від ферми до столу – це вже не нішева концепція. Ресторани по всьому світу закуповують місцеві продукти, мінімізують відходи та зменшують споживання енергії. Частково прагнення до сталого розвитку зумовлене смаковими якостями – свіжа місцева їжа просто

смачніша за ту ж саму їжу з упаковки – а нещодавнє відродження сталих практик у ресторанах пояснюється тим, що це те, чого хочуть люди.

ЛІТЕРАТУРА

1. Абрамова А. Г., Мирошник Ю. А. Еко-тренд в сфері гостинності: економічні та соціальні аспекти // Ефективна економіка, 2020. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2020/84.pdf

2. Створення еко-стилю в кафе і ресторанах: корисні поради. Цинічний Львів. Режим доступу: https://cynicallviv.com.ua/stvorennya-eko-stylyu-v-kafe-i-restoranah-korysni-porady/

3. Organic Food: Is It Worth the Extra Cost? Mayo Clinic, Mayo Foundation for Medical Education and Research, 4 Mar. 2020. Режим доступу: www.mayoclinic.org/healthy-lifestyle/nutrition-and-healthy-eating/in-depth/organic-food/art-20043880

Наукове видання

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ ТУРИЗМУ НА ШЛЯХУ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Збірник матеріалів
міжнародної науково-практичної конференції

(16 травня, 2023)

Комп'ютерна верстка Н. Бучко